

Szerkesztette:  
Kőrössy Judit – Kóváry Zoltán

# FIATALOK BIZTONSÁGKERESÉSI STRATÉGIÁI AZ INFORMÁCIÓS TÁRSADALOMBAN



Primaware  
Szeged, 2012

Szerkesztette: Kőrössy Judit – Kőváry Zoltán

---

---

# FIATALOK BIZTONSÁGKERESÉSI STRATÉGIÁI AZ INFORMÁCIÓS TÁRSADALOMBAN

---

---



PRIMARE  
Szeged, 2012

A konferencia kötet a TÁMOP-4.2.1/B-09/1/KONV-2010-0005  
azonosító számú, „Kutatóegyetemi Kiválósági Központ létrehozása  
a Szegedi Tudományegyetemen” című projekt az Európai  
Unió támogatásával, az Európai Regionális Fejlesztési Alap  
társfinanszírozásával valósul meg.

A KIADVÁNYT SZERKESZTETTE:

MARIÁNOVICH DÁNIEL

ISBN 978-963-306-153-4



© Csabai Márta, Fallah Nóra, Horvát M. Tünde, Kékesi Márk, Kőrössi Judit, Sebő  
Tamás, Szabó Éva, Szabó Orsolya, Szenes Márta, Tregova Anita



**MAGYARORSZÁG MEGÚJUL**



TÁMOP-4.2.1/B-09/1/KONV-2010-0005





# TARTALOM

---

<b>Az olvasóhoz .....</b>	<b>6</b>
<b>Szabó Éva</b> <i>A serdülők sikeresség felfogása. A siker mint társadalmi értvényesülési cél az információs társadalom korában .....</i>	<b>9</b>
<b>Fallah Nóra</b> <i>A tetováláshalmozás motivációs háttere és személyiségdimenziói.....</i>	<b>35</b>
<b>Horvát M. Tünde</b> <i>Költözés és honvágy diákkorban .....</i>	<b>62</b>
<b>Körössy Judit - Kékesi Márk - Csabai Márta</b> <i>Boldogság – itthon vagy külföldön? Szegedi fiatalok nézetei a boldogságról és a külföldi munkavállalásról .....</i>	<b>78</b>
<b>Szabó Orsolya</b> <i>A vizuális tömegmédia hatása serdülő lányok és fiatal nők testképére.....</i>	<b>107</b>
<b>Tregova Anita</b> <i>Internet és társadalom. A magyarországi internetes popu- láció sajátosságai.....</i>	<b>139</b>
<b>Sebő Tamás</b> <i>A férfiak segítségkérő viselkedése és az internet világa .....</i>	<b>168</b>
<b>Szenes Márta - Sebő Tamás</b> <i>Valódi segítség a virtuális térben. Az „elvezetesonline.hu” szolgáltatásainak kezdeti tapasztalatai a Szegedi Tudományegyetemen.....</i>	<b>193</b>

## Az olvasóhoz

A cikkgyűjtemény tanulmányai azt vizsgálják, hogy a gyorsan változó világ kihívásaira milyen újszerű válaszokat adnak a fiatalok. A kötet a teljesség igénye nélkül olyan jelenségekre fókuszál, amelyek jellemzőek a fiatalokra vagy azok egy-egy csoportjára. A cikkek sokféle témát dolgoznak fel, de közös bennük, hogy a fiatalok társas környezetét, társadalmi beilleszkedését és fülke keresését hangsúlyozzák akkor, amikor az egyes viselkedésmódokat, vélekedéseket, attitűdöket, célokat vagy érzéseket mutatják be. A 21. század elejét szokás az információk és az Internet korszakának nevezni, amelyben a fiatalok újfajta eszközökkel és csatornákon keresztül kommunikálnak egymással és az idősebb generációkkal. A kommunikációs eszközök forradalma nemcsak új lehetőségeket hozott a kapcsolatteremtésre és tájékozódásra, hanem az eddigiektől eltérő és szokatlan társadalmi közeget is teremtett, ami igen gyorsan a tudományos érdeklődés középpontjába került. A médiával és az Internettel kapcsolatos pszichológiai vizsgálódások egyik fontos kérdése az, hogy az új kapcsolatteremtési lehetőségek és formák mennyire változtatják meg a használók társas viselkedését és gondolkodását. Vajon az új, többnyire írásra és vizualításra támaszkodó kommunikációs formák mennyire alakítják át az emberi közvetlen kapcsolatokat, például a baráti vagy a családi kapcsolatokat? A széles körben elterjedő és szinte mindenkit elérő információk, reklámok, filmek, videók mennyire tudják befolyásolni az emberek szokásait, fontosabb értékeit, törekvéseit? Hogyan használhatjuk az új kommunikációs eszközöket a társas kapcsolatok kialakítására és fenntartására, vagy éppen a szakszerű segítségadásra, tanácsadásra?

A serdülő és fiatal felnőtt korosztály feladata egy olyan fejlődési fülke kialakítása, ami egyszerre nyitott a folyamatosan változó és bőséges információkat nyújtó külvilágra, és ugyanakkor megfelelő biztonságot nyújt a pályaválasztásra, partnerkapcsolatok kialakítására a személyes és társas identitás elérése során. Olyan ellentétes folyamatok jellemzik e sokszor krízisszerű korszakot, mint konformitás és egyéniség kialakítás, alkalmazkodás és érvényesülés, intellektuális fejlődés és érzelmi gazdagodás, a külvilág észlelése és önismeret, stabilitás és változás, leválás és elköteleződés.

A kötet első négy tanulmánya a fiatalok korosztályának olyan nézeteit és viselkedését mutatja be, amelyek a társadalmi beillesz-

kedés és az identitáskeresés egy-egy oldalát tükrözik. A társadalmi sikerességről, annak etikai oldaláról, a sikeres emberek jellemzéséről és az iskola szerepéről szól Szabó Éva tanulmánya, amelyből kirajzolódik, hogy a siker felfogása nagyon sokszínű a fiatalok körében, és ugyanakkor erősen beágyazott a társadalom uralkodó értékei közé. A következő tanulmány – Fallah Nóra cikke – a sokszor talán deviánsnak tűnő tetováláshalmozás gyakorlatát vizsgálja meg a motiváció és a személyiségvonások tükrében. Az adatok azt mutatják, hogy a férfiak és nők tetováláshalmozása hasonló személyiségvonásokra vezethető vissza, és nagy szerepet játszik a bőr tartós festésében az egyéniség keresése, az önkifejezés vágya és az érzelmek kifejezése a posztmodern társadalomban. Horvát M. Tünde „Költözés és honvágy diákkorban” c. tanulmányából nemcsak azt ismerjük meg, hogy milyen gyászfolyamatot indít be a lakóhely változtatás a diákmigráció kapcsán, hanem azt is, hogy milyen elaborációs lehetőségek segítik a fiatalokat a hiány feldolgozásában. A kulturális sokk, az újdonság okozta félelem és agresszió leküzdésében nagy segítséget jelenthet a fiatalok számára a honvágy, a nosztalgia kreatív erőként való felhasználása. A Kőrössi Judit, Kékesi Márk és Csabai Márta szerzőktől származó negyedik tanulmány a középiskolások és egyetemisták migrációs elképzeléseiről szól, valamint arról, hogy milyen mértékben tartják magukat és a magyarokat boldognak. A fiatalok migrációs tervei olyan értékekkel kapcsolódnak össze, mint anyagi biztonság, önmegvalósítás, boldogság, és jellegzetes különbséget láthatunk a boldogság és a migráció felfogásában a fiatal férfiak és nők között.

A második rész cikkei az Internet világvárával állnak kapcsolatban. Szabó Orsolya tanulmánya gazdagon illusztrált módon ábrázolja a média és a testkép kapcsolatát. A vizuális tömegmédia sugallta szépségideál beépül a fiatal lányok nézeteibe, illetve a testről alkotott attitűdjeibe, és a férfiaknak tulajdonított ideális női test képe is a reklámok és filmek világából ismert karcsúságideál felé tolódik el. Tregova Anita vizsgálata többek között azt mutatta ki, hogy a férfiak és nők eltérő módon használják az Internetet. A férfiak inkább filmek nézésére és játékokra használják a világhálót, a nők viszont a társas kapcsolataikat ápolják a kibertérben, vagyis a klasszikus nemi szerepek főbb sajátosságai megfigyelhetők az Internet használatában is. Sebő Tamás arra volt kíváncsi, hogy mennyire igazolható az a szakirodalmi adat, miszerint a férfiak szívesebben veszik igénybe az online környezet biztosította tanácskérést. Az empirikusan igazolható jelen-

séget az internetes kommunikáció sajátosságaival magyarázhatjuk, avval, hogy az anonimitás, a dizinhibíció és az aszinkronicitás lehetővé teszi a férfiak számára is, hogy az önfeltárás és segítségkérés inkább női szerephez köthető megnyilvánulásait fel tudják vállalni.

A kötet zárófejezeteként szereplő cikk egy összefoglaló tanulmány az online tanácsadás sajátosságairól, előnyeiről és alkalmazhatóságáról. Szenes Márta és Sebő Tamás szerzőpáros tanulmányából megismerhetjük az online tanácsadás eltérő jegyeit a személyes konzultációval szemben. A cikk megismerteti az olvasóval a Szegedi Tudományegyetemen működő online tanácsadás szervezetét, működésmódját, és a majdnem két éves időtartamot felölelő tanácsadási tapasztalatokat is.

Szeged, 2012. június 7.

A szerkesztők

**Szabó Éva**

**A serdülők sikeresség felfogása**

A siker mint társadalmi érvényesülési cél az információs társadalom korában<sup>1</sup>

A siker, sikeresség az elmúlt évtizedekben kiemelkedően fontos fogalomként vált. A korábbi egyenlőség alapú ideológiát a rendszerváltást követően viszonylag gyorsan felváltotta a meritokratikus értékeket jobban hangsúlyozó, az egyéni sikerességet előtérbe helyező gondolkodás. Nemcsak a felnőttek, de a gyerekek életét is erősen át-  
szövi a versengő magatartás és a nyomában megélt kudarcok és sikerek sorozata. A sikeresség élménye olyan belső erőforrást jelenthet egy személy számára, ami biztonságos támpontot nyújt az állandóan változó, számos kihívást hordozó társadalomban, és segíti a megküzdést az aktuálisan fellépő nehézségekkel, kisebb nagyobb kudarcokkal.

A fiatalok számára a sikeresség, mint elérendő társadalmi cél a viselkedésük rejtett mozgatórugójaként is működhet. Nem közvetlenül hat a viselkedésre, sokkal inkább úgy, mint az attitűdök, és a hozzájuk kapcsolódó lehetséges szubjektív normák egy csoportja, amely meghatározza, hogy adott viselkedést érdemes vagy nem érdemes végrehajtani (Ajzen és Fishbein, 1980). A társadalmi értelemben vett sikeresség (ld. Mannheim, 1930, id. Váriné és Solymosi, 1999; Ichheiser, 1970) azonban a serdülők számára még nem lehet része a személyes identitásnak, sokkal inkább egy formálódó sztereotípiák, amely a felnőttek, a társadalom világának megfigyeléséből épül. Tudjuk, hogy a sztereotípiák nagy hatással vannak önmagunk, ill. a társak észlelésére is (Hamilton, 2004). Ezért lényeges kérdés, hogy milyen tartalommal töltődik meg a reprezentációs folyamatok során egy sztereotípiák, miként vélekednek a fiatalok a sikerességről, annak lehetséges okairól, elérésének módjairól. A kialakult mentális struktúrák részben, mint szubjektív normák, részben, mint sztereotípiák befolyásolják a saját célkitűzéseiket és viselkedési stratégiáikat is. Kutatásomban célul tűztem ki, hogy feltárjam a sikerrel, sikerességgel kapcsolatos sztereotípiák és reprezentáció tartalmát közép serdülőkorú fiatalok körében.

---

1 A kutatás 2003-2004-es tanévben folyt, Jelen tanulmány az adatok másod-elemzésére támaszkodik. az OTKA támogatásával. Témaszám: T 034609.

### ***A siker, mint társadalmi meghatározottságú fogalom***

A sikerrel, sikerességgel kapcsolatos fogalmak kutatásának két alapvető hagyománya van a szociálpszichológiában. Az egyik az egyén aktuális teljesítményeinek megítélésével jellemzett helyzetre és annak elsősorban utólagos megítélésére fókuszál. Ez az irány Kelley (Kelley és Michaela, 1984) attribúció kutatási hagyományaitól indult, és napjainkban is aktívan jelen van. A kutatások során egyre szélesebb körben tárták fel a siker és kudarc magyarázatainak egyéni szerveződési mintázatait valamint az ebben fellelhető kulturális különbségeket (McClure, Meyer, Garisch, Fischer, Weir, és Walkey, 2011). A sikerrel kapcsolatos kutatások egy másik markáns irányzata nem a konkrét teljesítményhez kapcsolódó fogalomként értelmezi a sikerességet, hanem sokkal inkább a társadalomban elért pozíció, előrelépés fogalmaival határozza meg. Ennek a megközelítésnek a létrejötté Mannheim nevéhez fűződik (Mannheim, 1930, id. Váriné és Solymosi, 1999). Elméletében a siker, mint a mások által is elismert teljesítmény jelenik meg. Merton (1980) szerint minden társadalom más-más kritériumokat rendel ehhez a definícióhoz, azaz kitermeli saját sikerfelfogását, ideológiáját. Az így kialakult nézeteket a társadalom különböző rétegei más-más mértékben fogadják és sajátítják el (Katz, 1964; Hyman, 1953). A társadalom fejlődése során a különböző alkalmazkodási módok, társadalmi karakterek (Riesman, 1983) kialakulásához hasonlóan, létrejönnek uralkodó sikerideológiák, amelyeket a kor elismert személyeinek életmintájában, a többség elfogadásában és modellkövető viselkedésében lehet tetten érni. Ezeket a sikerideológiákat és a hozzájuk kapcsolódó sikeretikákat foglalta össze De Vitis és Rich (1996) az amerikai társadalomról írt könyvében.

Elméletük szerint négy alapvető sikeretikát, azaz siker-elérési módot lehet elkülöníteni. Az első ezek közül az ún. „*karakteretika*”(character ethic), amelynek lényege, hogy a siker legfőbb záloga az erkölcsös, önmegtartóztató élet, amelyben az egyén kemény munka (fizikai vagy szellemi), erőfeszítés árán hoz létre mások számára is értékelhető teljesítményt. Ez az etika olyan jellemvonásokhoz kötődik, mint, az állhatatosság, becsületesség, kötelesség-tudat, szorgalom, megbízhatóság, kezdeményezés és az ambíció. A következő sikeretika forma, a karakteretika ellensúlyozását tükröző „*tudat hatalmának etikája*” (mind power ethic). Ez a felfogás elveti az önmegtartóztatást és a kemény munka szükségességét, és a siker

eléréséhez vezető legfőbb eszköznek a pozitív gondolkodást a saját magunkba vetett erős hitet tartja. A kudarc legfőbb forrása eszerint nem a lustaság, hanem a pesszimizmus, a kishitűség. Később a XX. század derekán erősödött meg a sikeretika harmadik jellemző formája az ún. „személyiség etika”(personality ethic). Ennek legfőbb tétele, hogy az emberekkel való helyes bánásmód, mások befolyásolása az, ami a sikerességhez vezet. Ebben az elképzelésben elmosódik a határ az emberek jóhiszemű irányítása és a manipuláció között. Végül, kevésbé átütően, de jelen van ma is a lehetséges sikerelérési módok között a „szolgálat etika”(service ethic) is. Ennek lényege, hogy a siker legfőbb záloga a másokkal való segítőkész és könyörületes bánásmód, kemény munka és kitartás a mások, vagy a közjó szolgálatában. Eszerint az lehet sikeres ember, aki képes áldozatot hozni embertársaiért, és saját előrelépését mások boldogulásának előmozdításában éli meg (De Vitis és Rich, 1996).

Mint minden tipizálásnak valószínűleg ennek az elméleti keretnek is megvannak a korlátai. Bizonyos, hogy ebben a tiszta formában nem jelennek meg egyetlen ember gondolkodásában sem. Vélhetően mára ezek inkább lehetséges dimenziókká alakultak, amelyek különböző mintázatokba rendeződnek a sikerről való gondolkodásban. Kutatásunk egyik célja volt ennek a mintázatnak a feltárása a serdülők sikerképében.

Mivel a serdülők még nem mondhatnak magukénak hosszú és tartalmas életpályát, személyiségfejlődésük az identitás keresés fázisában van (vö. Erikson, 1991) ezért a társadalmi sikerkritériumok mentén még nehezen tudnák megítélni magukat. Ugyanakkor, aktívan, bár nem tudatosan, sztereotip nézeteket építenek sikeres társadalmi csoportokról, amelyeknek később esetleg tagjai kívánnak lenni. A sztereotípiák kialakulásának mechanizmusa a kategorizáció folyamatához kötődik (Hamilton, 2004). A kategória tagokat hasonló tulajdonságokkal ruházzuk fel, amelyeket később minden új kategória tagra igaznak vélünk. A sztereotípiák kutatás különböző időszakában más-más aspektusból közelítettek ehhez a fogalomhoz. Az első kutatások Katz és Braly (2001) híres vizsgálatának nyomán a sztereotípiák tartalmának feltárására irányultak. Elképzelése szerint ezek elsősorban negatív tartalmú nézetek voltak, amelyeket vizsgálatukban tetten is tudtak érni a kérdezettek konszenzusos vélekedésében. Elméletükben sztereotípiáknak azokat a tulajdonságcsoportokat tartották, amelyeknek odaítélésében a diákok jelentősen egyetértet-



tek. A sztereotípiák kutatás tartalomorientált hagyománya a kognitív pszichológia kibontakozásával kissé háttérbe szorult. Helyét főként a szerveződés és működés kérdéseinek tisztázása váltotta fel (Hamilton, 2001). A későbbi fel-felbukkanó tartalomorientált kutatásokban elsősorban az Allport-i hagyományokat követve a sztereotípiákról azt tartották, hogy alapvetően negatív tartalmú, az előítéleteket tápláló jellegű konstruktumok. Pozitív elfogultságot csak a saját csoportra vonatkozó nézetekben lehet fellelni. Ezt a nézetet vizsgálták felül Fiske és munkatársai (Fiske, Cuddy, Glick és Xu, 2004), amikor megalkották a sztereotípiák tartalom modelljét. Elméletük szerint a személyek és csoportok megismerésénél egyaránt arra törekszünk, hogy a másik főbb jellemzőit ragadjuk meg, kiszámíthatóvá téve ezáltal a viselkedését. Ez a két fő dimenzió a kedvesség, melegszívűség és a kompetencia. A két dimenzió egymástól független értékelő mechanizmusokat indít el. Így egy adott csoport tagjait egyszerre tudjuk megítélni mindkét aspektus mentén. Ezen az alapon jönnek létre az ún. kevert sztereotípiák, amelyekben pozitív és negatív tartalmak úgy kombinálódnak, hogy azzal az észlelő céljait (rejtett vagy tudatos értékelési szándékait) szolgálják. Ennek megfelelően, a kompetens versenytársakat gyakran ridegnek, szívtelennek címkézzük, míg az alacsonyabb státusúakról a kedvesség, barátságosság dimenzióján pozitívan vélekedünk, de erősen kétségbe vonjuk a kompetenciájukat (Fiske, és mások 2004).

A sztereotípiák tartalmának ezt a jellegzetes mintázatát a társadalmi folyamatok hatása is alakítja. A domináns csoportokkal kapcsolatos rosszindulat különösen felerősödhet egy olyan társadalmi kontextusban, amely a posztkommunista országokra jellemző. A rendszerváltásnak nevezett társadalmi átalakulásnak, ma már nem kérdés, voltak nyertesei és vesztesei (Kolosi és Tóth, 2008). Ez a frusztráció erőteljesen megjelenik a sikeres emberekkel kapcsolatos vélekedésben. Sokan a sikert nem a jól végzett munka megérdemelt gyümölcsének tartják, sokkal inkább valamiféle immoralis úton megszerzett előny kihasználásának, a kapcsolatokkal való ügyes sáfárkodásnak, érdemtelen előrejutásnak érzik (vö. Hunyady, 2010). A siker elérésének legfőbb színtere a gazdaság (Váriné, 1999). Ennek a szférának működése meglehetősen ellentmondásos megítélést kap a posztkommunista országokban. A piaci alapú gazdasági versenyt nem egy az erőviszonyok objektív összemérésén alapuló kiszámítható és racionális rendszernek látják. Sokkal inkább egyfajta gladiátor



játékok arénájához hasonló színtérnek, amelyben egyenlőtlen esélyekkel állnak szemben egymással a szereplők. A harc eszközei nem tisztességesek, gyakran nem is láthatók. Ebben a kontextusban a gazdaság és a benne elért siker morálisan megkérdőjeleződik, így maga a sikeresség bizonyos értelemben stigmává válik (Székelyi, Örkény, Csepeli és Barna, 2005). Ez az ambivalencia, illetve negatív megítélés tükröződik a hazai sikerkutatások eredményeiben is.

### **A sikeresség és a sikeres emberre vonatkozó sztereotípiá tartalmának feltárása**

A társadalmi érvényesülés, és sikeresség hazai kutatása nem tekinthet vissza hosszú tudományos múltra. A rendszerváltást megelőző időszakban az egyéni kimagasló teljesítmény nem válhatott önálló céllá, bele kellett olvadni a nagyobb közösség és a társadalom közösnek vélt célrendszerébe. Az elismerés nem magát a személyt illette, hanem azt az igyekezetet, amellyel a hazát és a „dolgozó népet” szolgálta. Az első közvélemény kutatás ebben a témában a Gallup intézet munkája volt, amelyben a magyar társadalomban működő érvényesülési módok formáira kérdeztek rá. Kutatásuk eredménye egyértelműen azt mutatta, hogy a boldogulás legfőbb záloga a magyarok véleménye szerint a megfelelő „nexusok” kialakítása, és kihasználása (protekciónizmus), az ügyeskedés, és a törtetés (Gallup Intézet, 1998). Ebbe a meglehetősen negatív képbe jól illeszkedik az a siker reprezentáció és sikeres emberre vonatkozó sztereotíp leírás, amelyet Váriné Szilágyi Ibolya és munkatársai tártak fel a 90-es években (Váriné, 1999).

Az attribúciók vizsgálatára épülő, a sikerkutatás hagyományait is magában foglaló komplex, kvalitatív és kvantitatív módszereket alkalmazó vizsgálatukban három értelmiségi csoport (építész, közgazdász és mezőgazdász) végzős egyetemi hallgatóinak és gyakorló szakembereinek sikerfelfogását tárták fel, és elemezték a társadalmi kontextus hatásainak figyelembevételével. A vizsgálati személyeket változatos módszertani megoldásokkal kérdezték a tömegkommunikáció által sugallt siker-modellről, a „személyesen ismert sikeremberről” és általában a mai „magyar sikerember”-ről. A „magyar sikerember”, a „személyesen ismert sikerember” és a válaszoló ideális sikerképének összehasonlításaiból kiderült, hogy az általában elgondolt hazai sikeremberhez való viszonyulás egyértelműen negatívabb, mint a „szemé-

lyesen ismert”-re vonatkozó értékelés. A kutatás további eredménye volt, hogy a személyek sikerképét befolyásolja a saját szakmájukban szükséges képességek és tulajdonságok köre. Azaz az autosztereotípiák hatással vannak az általános sikerfelfogásra. Ennek megfelelően pl. az agrármérnökök a legfontosabb sikert-hozó tulajdonságnak a „határozottság”-ot, míg a közgazdászok a „jól informáltság”-ot tartották. Ezzel együtt a kutatás eredményeként a három értelmiségi réteg sikeresség felfogásban számos hasonlóságot is találtak. A kérdezettek két jellegzetes sikermintát írtak le. Az egyik a kiváló egyéni teljesítményre, kemény munkára és annak örömeire épülő sikerkép volt, a másik a gazdasági értelemben vett sikeresség fogalmában volt összegeezhető. Ez utóbbi modell mindhárom csoportban gyakrabban jelent meg, mint az egyéni teljesítmény, Maslow kifejezésével élve, az önmegvalósítás öröme (Váriné és Solymosi, 1999).

A kutatásokat később megismételtük<sup>2</sup> egy olyan értelmiségi mintán, amely a társadalmi sikeresség szempontjából nem tekinthető kifejezetten magas státuszúnak. A pedagógusok egy csoportján végzett vizsgálat (Szabó és Váriné, 2007) legfőbb eredménye az volt, hogy vélekedésük a sikeres emberről nem tért el jelentősen a korábban vizsgált három értelmiségi csoporttól, ugyanakkor kissé negatívabban vélekednek a sikeres emberről általában. Az általános sikeres ember képében hangsúlyosan jelentek meg a morálisan negatív vonások (pl. erőszakos, becstelen), és viszonylag alacsony ranghellyel járultak hozzá az összképhez az intellektuális képességek. A kutatás eredményei vezettek el ahhoz a kérdéshez, hogy vajon a pedagógusok milyen sikersztereotípiákkal rendelkeznek a különböző fogalalkozási csoportokkal kapcsolatban, miként gondolkodnak a sikeres pedagógusról, valamint az iskola szerepéről a társadalmi érvényesülésben. Ezért egy újabb<sup>3</sup> kutatás keretében kérdeztük meg a pedagógusok és diákjaik véleményét a sikerességről, illetve a pedagógusok és az iskola sikerességben betöltött szerepéről. A tanárok vélekedésiben az előzőekben már bemutatott negatív tendenciák ismét megjelentek. Különösen a sikeres üzletember és a sikeres politikus sztereotipikus képe volt negatív, főleg morális szempontból. Őket tartották a legkevésbé becstelen és a leginkább törtető, erőszakos csoportnak. A sikeres pedagógus képével való összevetésben pedig egyértelműen kirajzolódott

---

2 A kutatás t 2002-ben végeztük, nem reprezentatív tanári mintán (N=197).

3 A kutatás t 2004-ben végeztük, nem reprezentatív tanári minta bevonásával (N=219) és az OTKA támogatásával. Témaszám: T 034609

a Fiske (2004) által felvetett tartalmi mintázat, melyben a domináns csoport (üzletemberek) esetében pozitív kompetenciavonások negatív morális vagy affiliatív jellemzőkkel társulnak (Szabó, 2007)

A kutatás további figyelemre méltó eredménye volt, hogy a pedagógusok és az iskola szerepét a sikeressé válás elősegítésében nem tekintik nagyon jelentősnek. mintegy érzékelve, hogy saját személyiségükkel, és magatartásukkal nem tudják és valójában nem is akarják a sikeres ember képét modellálni. Mivel ez a kép az ő fel fogásukban meglehetősen negatív, talán nem is tűzik ki célul, hogy ezeket a hasznos, ám szociálisan nem feltétlenül kívánatos vonásokat fejlesszék tanítványaikban.

Ahogy azt jeleztük a 2004-ben végzett vizsgálatban nem csak a pedagógusok, de diákjaik véleményét is megkérdeztük a sikerességről, és a sikeressé válást elősegítő feltételekről, és tulajdonságokról. A diákok véleménye több szempontból releváns kutatási kérdés. egyrészt, ők azt a generációt képviselték, akik már a rendszerváltás időszakában illetve az előtt kicsivel születtek. Egy olyan társadalmi környezetben szocializálódtak, amelyben még jelen voltak a korábbi szocialista éra tipikus sikerelérési módjai, de már megjelentek a piacgazdaság és nyomában a meritokratikus értékrend első csírái. Ebben az ellentmondásokkal és feszültségekkel terhes, értékrendi válsággal küzdő korszakban az őket irányító, számukra modellt kínáló felnőttek sem könnyen igazodtak el, hisz ők még alapvetően a szocializmus idején alakították ki meggyőződésüket, és viselkedési mintáikat. Ezek a körülmények különösen érdekessé teszik azt a kérdést, hogy vajon ez - a kutatás idején serdülőkorát élő - generáció milyen képet formál a társadalmi érvényesülés lehetőségeiről és a sikerhez vezető tényezőkről. Milyen sikermodellt tekint alapvetőnek, és milyen személyiségvonások kialakítása révén véli ezt elérhetőnek.

## **Problémafelvetés, kutatási célok és kérdések**

A kutatás célja serdülőkorú diákok (N=652) sikerrel, sikerességgel kapcsolatos attitűdjeinek vélekedéseinek feltárása volt. Választ kerestünk arra a kérdésre, hogy a kérdezettek mit tartanak a siker kritériumának, kit tartanak sikeres embernek. Célunk volt továbbá a különböző területeken sikeres emberekre vonatkozó sztereotip nézetek feltárása. A sikerességet befolyásoló tényezők megítélésének vizsgálata mellett külön hangsúlyt fektettünk arra, hogy

megismerjük a kérdezettek véleményét a siker és az iskola kapcsolatáról. A két korcsoport (13-14 évesek, N= 264; 16-17 évesek N= 393) bevonásával arra a kérdésre is megpróbáltunk választ kapni, hogy a különböző korú gyerekek vélekedéseiben kimutatható-e markáns különbség, amelyet esetleg az életkori sajátosságok magyaráznak.

Célunk volt, hogy tetten érjük az amerikai sikerminták (De Vitis és Rich, 1996) megjelenését, és súlyát a sikerről alkotott nézetekben. Tekintve, hogy hazánkban ilyen fiatal mintán korábban még nem végeztek hasonló kutatásokat ezen a területen, hipotéziseket csak meglehetősen óvatossággal, személyes tapasztalatokra, illetve az elővizsgálat során felvett interjúkra alapozva fogalmaztunk meg. Kutatásunkat inkább feltáró semmint modelleket alátámasztó jellegűnek tartjuk. A kutatás fő kérdései - előzetes elvárások:

- A 2002-ben végzett kutatás (Szabó és Váriné, 2007) eredményeire alapozva feltételeztük, hogy a siker fogalma elsősorban a pénz és gazdagság fogalmaival kapcsolódik össze.
- A sikeres emberekre vonatkozó célkategóriák jellemzésének eredményétől azt vártuk, hogy érvényesül a Fiske által felvetett sztereotípiák tartalom modell (Fiske és mtsai, 2004) amelynek értelmében a sikeres emberek sztereotípiájában a kompetencia odaítélése mellett megjelenik a morális dimenzió mentén történő leértékelés.
- A tanárok vizsgálatának eredményeiből (Szabó, 2007) kiindulva azt várjuk, hogy az iskola és a tanárok szerepét a kérdezettek nem látják egyértelműnek a felnőttkori sikerességben.
- Jóllehet a De Vitis és Rich (1996) által kidolgozott sikeretika modellek megjelenésének vizsgálata nem volt eredetileg a vizsgálat célja, az adatok elemzése kapcsán a felmerülő sikermintázatokat össze kívántuk vetni az amerikai sikermodellekkel.

## **A minta és a módszerek bemutatása**

A minta földrajzi értelemben nem tekinthető reprezentatívnak, ugyanakkor arra törekedtünk, hogy a minta e tekintetben heterogén legyen. Az ország különböző régióiból, vidékről és a fővárosból, valamint kisebb és nagyobb településekről is kerültek be iskolák. Iskolatípusonként is heterogén mintát alakítottunk ki. Általános iskola, gimnázium, és szakközépiskola is szerepelt a mintában. A minta

iskolatípus és település szerinti megoszlását a 1. táblázatban foglaltuk össze.

1. táblázat. Az iskolák település szerinti eloszlása a tanári minta összetétele alapján

	gyakoriság	%
város	87	38,2
megyei jogú város	82	36,0
főváros	59	25,9
összesen:	228	100,0

A kutatásba két korosztályát vontunk be. Az általános iskolákból a 7. évfolyamokról kiválasztottunk véletlenszerűen egy-egy osztály, a gimnáziumokban, pedig a 11. évfolyam esetében jártunk el hasonlóan. A diákok csoportjának nemek és iskolatípus szerinti megoszlását a 2. táblázat mutatja.

2. táblázat. A diák minta eloszlása nemek és korcsoport szerint

		osztály		összesen:
		7. osztály	11. osztály	
fiú	esetszám	144	173	317
	% neme	45,4%	54,6%	100,0%
lány	esetszám	116	219	335
	% neme	34,6%	65,4%	100,0%
összesen:		260	392	652

A táblázat adataiból látszik, hogy a nemek aránya nagyjából kiegyenlített a teljes mintára vonatkozóan. A lányok aránya egy kicsit magasabb a 11-es korcsoportban, míg a fiúk vannak többen a 7-es korcsoportban. A kérdőívet megbízott tanárok vagy iskolatitkárok töltették ki a diákokkal. Ők felügyelték a folyamatot, és figyeltek az anonimitás megőrzésére. Ennek eredményeként a diákok igen nagy számban (a vártak megfelelően) töltötték ki a kérdőívet. A minta elemszámához képest elenyésző volt az üres vagy értékelhetetlen kérdőívek száma (8 db.)

## A módszerek bemutatása

A tanári kérdőívet az elővizsgálat (Szabó és Váriné, 2007) tapasztalatai alapján, dolgoztuk ki, és ennek mintájára, valamint a diákokkal (N=20) készített előzetes interjúk tartalomelemzésének alapján alakítottuk ki a kérdőívet. A kérdőív két tartalmi egységből állt:

Egyes célkategóriák (sikeres ember, sikeres üzletember, sikeres pedagógus, sikeres diák) sztereotip jellemzése szemantikus differenciál (Osgood, Suci, Tannenbaum, 1957). A módszer klasszikusan ellentétes értelmű melléknévpárok között helyeztetni el az adott fogalmat a vizsgálati személyekkel, amelyek között általában egy 7 fokú skála van. A személy ahhoz a végponthoz közelebb helyezi el az X jelzést, amelyiket jellemzőbbnek érzi az adott fogalomra.

A sikerben szerepet játszó tényezők megítélése. A sikerességgel kapcsolatos következmények, és az iskola, valamint a tanárok szerepével kapcsolatos attitűdök feltárása

## Eredmények

A sztereotip nézetek különböző társadalmi (foglalkozási) csoportok sikeres képviselőiről

A kérdőív első kérdésblokkja a különböző területen sikeres emberekre vonatkozó sztereotip nézetek feltárására vonatkozott. A kérdezetteknek 16 ellentétes jelentésű tulajdonságpár mentén kellett elhelyezniük az adott célkategória prototípusát. Ez az eljárás hagyományosan alkalmas a sztereotip nézetek vizsgálatára (Hunyady, 1996)

A tulajdonságok kiválasztásánál három forrásra támaszkodtunk:

- Váriné Szilágyi Ibolya és mtsai, által kidolgozott kérdőív és az ezzel végzett elővizsgálat tapasztalatai. (Váriné, 1999; Szabó-Váriné, 2002)
- Hunyady György sztereotípiák kutatásai (Hunyady, 1996)

Elővizsgálat: 100 fős egyetemista mintán az egyes tulajdonságok és a sikeresség összefüggésének megítélése. Ennek keretében egyetemi hallgatókat kértünk arra, hogy írják le azt a három tulajdonságot, amelynek szerintük meghatározó szerepe van a sikeresség elérésében. A leggyakrabban megnevezett tulajdonságokat listába szedtük és egy újabb csoportnak adtuk azzal az instrukcióval, hogy egytől ötig terjedő

skálán jelezzék, hogy szerintük az adott tulajdonságnak milyen szoros kapcsolata van a sikeresség fogalmával. A legmagasabb átlagértékkel szereplő tulajdonságok és azok ellentétpárjai kerültek a kérdőívbe.

A kérdőívben a diákoknak négy célcsoportot kellett jellemeznie: a sikeres embert, a sikeres üzletembert, a sikeres diákot és a sikeres pedagógust. A jellemzésre felkínált célcsoportokat a pedagógusokkal végzet vizsgálattal (Szabó, 2007) összehangban választottuk ki. A sikeres ember, mint általános kategória szerepelt, a sikeres üzletember jellemeztetését az is indokolta, hogy a korábbi kutatások egyértelműen azt sugallták, hogy a siker fogalma erőteljesen az anyagi javakhoz a gazdasági területhez kötődik (vö. Váriné, 1999; Szabó és Váriné, 2007). A sikeres pedagógus és sikeres diák kategóriák alkalmazását a serdülők élethelyzete is indokolja. Ezen túlmenően a jellemzések összevetése rámutathat arra, hogy a sikeres diák képe melyik jellemzéshez illeszkedik leginkább.

A jellemzett célkategóriák megítélésének kedvező vagy kedvezőtlen tendenciát tükröző feltáráshoz összesítettük a különböző tulajdonságok értékelését. Az adatokat úgy transzformáltuk, hogy a magasabb érték a kedvezőbb értékelést tükrözze. A sztereotípiák összesített jellemzés átlagait a 3. táblázat tartalmazza.

3. táblázat. A diákok jellemzéseinek összesített átlaga, szórása  
( $N = 650$ )

	átlag	szórás
Sikeres pedagógus	5,7841	,80348
Sikeres diák	5,5912	,71568
Sikeres ember	5,4523	,62493
Sikeres üzletember	5,2846	,67332

Látható, hogy a diákok esetében a sikeres pedagógus kapott a legpozitívabb megítélést megelőzve sikeres diák jellemzést is. A legkevésbé pozitív képet a sikeres üzletember esetében találtuk. Ez azt is jelentheti, hogy a diákok számára a sikeres pedagógus egyfajta én-ideált testesít meg. Olyan pozitív vonások birtokosa, amelyekre még a legsikeresebb diákok is csak törekedhetnek. E szerint a diákok nézeteiben is létezik az ideális tanár prototípusa, azonban fontos lenne annak feltárása, hogy valójában hány olyan tanárral találkoznak iskolai pályafutásuk során, aki megtestesíti, vagy legalább megközelíti ezt sikeres tanár képet. Sokkal valószínűbb, hogy ebben a jellemzésben a diákok a vágyott tanárképet festették meg, és nem



konkrét élményeiket tükrözték vissza. Ugyanakkor a pályaválasztási aspirációkban, valamint a sikerszakmák megnevezéskor azt láttuk, hogy a „pedagógus” kategória elenyésző gyakorisággal jelent meg. E szerint a fiatalok elismerik, hogy a sikeres pedagógusok nagyszerű emberek, de nem feltétlenül az ő életpályájukat tekintik követendő mintának. A sikeresség definíciók, első elemzéséből az derült ki, hogy az inkább a pénz, a hírnév, a népszerűség fogalmához kötődik, nem annyira a becsületesen önmegvalósító ember képéhez.

A jellemzett kategóriák összegzett átlagainak összehasonlítása után megvizsgáltuk, hogy az egyes célcsoportokat hogyan ítélték meg a megkérdezett diákok az egyes tulajdonságok mentén, feltárva ezáltal a *sztereotípiák tartalmi jellemzőit*.

Az egyes vonások megítélésének átlagait a 4. táblázatban foglaltuk össze.

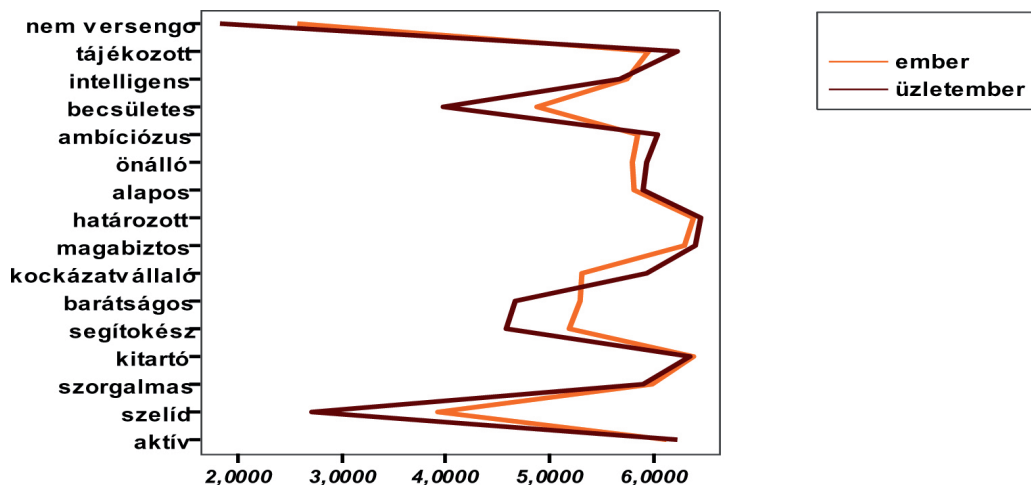
4. táblázat. A diákok jellemzéseinek átlagai célcsoportonként

	Sikeres Ember	Sikeres Üzletember	Sikeres Diák	Sikeres Pedagógus
aktív	6,1161	6,2215	6,2750	6,0541
szelíd	3,9214	2,7222	4,3569	4,3978
szorgalmas	5,9707	5,8873	6,3673	5,6909
kitartó	6,3790	6,3410	6,3671	5,9862
segítőképző	5,1846	4,5745	5,5615	6,3077
barátságos	5,2934	4,6677	5,7185	6,1451
kockázattűrő	5,2989	5,9233	4,5162	4,4114
magabiztos	6,2831	6,3978	6,0679	6,1329
határozott	6,3687	6,4363	6,1834	6,2734
alapos	5,8019	5,8892	6,1137	6,2043
önálló	5,7889	5,9217	5,7892	6,1019
ambiciózus	5,8388	6,0247	5,8393	5,6885
becsületes	4,8783	3,9753	5,4316	6,1053
intelligens	5,7295	5,6651	6,0833	6,3914
tájékozott	5,9492	6,2250	5,9255	6,2997
nem versengő	2,5815	1,8310	2,6785	3,9969

A nagyszámú adatot tartalmazó táblázatból egyértelműen látszik, hogy a sikeres üzletember és a sikeres ember jellemzése közelebb áll egymáshoz, mint a sikeres pedagógushoz. Ha egymásra vetítjük a sikeres ember és a sikeres üzletember profilját azt láthatjuk, hogy nagyon hasonló mintázatot követ a két jellemrajz. (1. ábra)



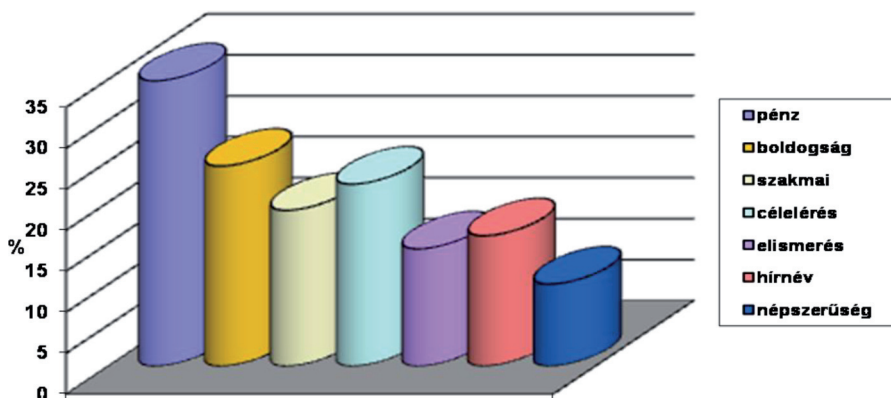
1. ábra. A sikeres ember és a sikeres üzletember profilja a diákok választai alapján



Az ábra jól szemlélteti, hogy melyek azok a vonások, amelyek mentén a diákok eltérést látnak a két profil között. A sikeres ember általában valamivel intelligensebb, barátságosabb, segítőkészebb és kevésbé erőszakos, mint a sikeres üzletember. Ennek ellenére azt mondhatjuk, hogy a jellemzések erőteljes hasonlósága azt implikálja, hogy a diákok gondolkodásában a siker elsősorban az üzleti élethez, a gazdasághoz kötődik. Ezt erősíti meg a következő kérdésre adott válaszok elemzése is.

A diákokat arra kértük, hogy szabadon fejtsék ki, mit jelent számukra az, hogy ma Magyarországon valaki sikeres? A kapott válaszokat tartalomelemzésnek vetettük alá. A válaszok hét kategóriába rendeződtek. A kategóriákat és azok gyakoriságát a 2. ábra mutatja. (Az ábrán csak azokat a kategóriákat tüntettük fel, amelyek említési gyakorisága elérte a 10%-ot.)

2. ábra. A siker jelentése a diákok szerint (N=650)



A diagramról leolvasható, hogy a kérdezettek leggyakrabban a pénzzel hozták összefüggésbe a siker fogalmát. Pl. „Sikeresség azt jelenti, hogy sok pénze van az embernek, bármit megvehet”. A második leggyakoribb válaszcsoporthoz tartoztak azok a diákok, akik a definíciókban a siker és a boldogság mint érzelem kapcsolatát hangsúlyozták. Ebben a kategóriába kerültek a családi életben megélt örömei is. Pl. „Szerintem az a sikeres, aki boldogan él, van családja, akik szeretik.” A célélérés, mint harmadik leggyakoribb kategória azokat a válaszokat tömöríti, akik egyéni teljesítményhez kapcsolják a siker fogalmát. Pl. „Sikeres az, aki eltervez valamit és azt meg is szerzi.” Fontos megjegyezni, hogy nem kerültek ebbe a kategóriába azok a válaszok, amelyek a cél elérésnek módjára, kemény munkára és erőfeszítésre utaltak. Azokat külön gyűjtöttük, de említésük messze nem érte el a 10% alatti gyakoriságot, így ezen az ábrán nem tüntettük fel.

### A sikerességben szerepet játszó tényezők megítélése

A kérdőív következő része a sikerességben szerepet játszó tényezők fontosságának megítélését tárta fel. A szakirodalom, és az elővizsgálat tapasztalatai alapján 10 olyan területet neveztünk meg, amelyeknek bizonyos hatása lehet a sikerességre.

A diákok szerint az intellektuális képességek, tűnnek a legfontosabb tényezőnek. (ld. 5. táblázat).

5. táblázat. A sikerességben szerepet játszó tényezők átlagai és szórásai a diákok adatai alapján. (N=650)

	átlag	szórás
<b>intellektuális képességek</b>	<b>4,3297</b>	<b>,94235</b>
személyiség	4,0732	,96713
jó nexusok	4,0589	1,02436
család	4,0448	,98025
külső megjelenés	3,9167	,86625
szerencse	3,8114	1,04762
anyagi helyzet	3,6098	1,09467
<b>iskolai előmenetel</b>	<b>3,2384</b>	<b>1,18994</b>
lakóhely	2,8806	1,27920

Ennek fényében különösen érdekes, hogy az iskolai előmenetel (vastagítva a táblázatban) az utolsó előtti helyen szerepel a válaszok átlagai alapján kialakított fontossági sorrendben. Ez jelentheti azt is, hogy a diákok szerint az iskolai teljesítmény, előmenetel és a valós intellektuális képességek között nincs szoros kapcsolat. Ez az eredmény rávilágíthat az iskolai értékelés esetleges hibáira, nemcsak a számon kért tudás vonatkozásában, de a teljesítmény megítélésének esetleges szubjektivitása értelmében is.

Ezzel együtt is örömdetesnek tekinthetjük, hogy a diákoknál az intellektuális képességek első helyen állnak. Ez némiképp egybecseng a kvalitatív adatok első elemzésének tendenciaszerű eredményeivel, miszerint a leggyakrabban említett sikerszakmák, szinte kivétel nélkül, felsőfokú végzettséghez kötöttek (jogász, orvos, ügyvéd, pénzügyi szakember).

A tényezők fontosságának kapcsolatát, mintázatait faktorelemzés segítségével tártuk fel. A főkomponens elemzés (Varimax rotáció) faktorait, a faktorsúlyokat és V%-okat a 6. táblázat mutatja.

6. táblázat. A sikerességben szerepet játszó tényezők faktorstruktúrája a diákok válaszai alapján (N=650)

1. faktor „külső” V%= 21,67		2. faktor „diszpozicionális” V%= 16,39		3. faktor „fatális” V%=12,96	
jó nexusok	,719	intellektuális képességek	,774	család	,607
Anyagi helyzet	,711	személyiség	,761	iskolai előmenetel	,607
külső megjelenés	,612				
lakóhely	,528				
szerencse	,509				

Teljes V% = 51,023

Az első komponens meghatározó eleme a kapcsolati tőke és anyagi helyzet. A személy szempontjából ezek bizonyos mértékig külsődleges tényezők, ahogy a szerencse és a lakóhely is. Talán a külső megjelenés, amin lehet könnyedén változtatni. A második komponenst az attribúciós elmélet „diszpozicionális” fogalmával lehetne jellemezni. A 3. faktor a család és iskolai előmenetel elemeket kapcsolja össze. Ezt értelmezhetjük úgy is a korábbi eredmények ismeretében (intellektus és előmenetel függetlensége) mintha ebben a két elemben az lenne a közös vonás, hogy egyiket sem nagyon befolyásolhatja maga a személy. Viszonylag sorsszerűnek tűnik, illetve jelentheti azt is, hogy a családi háttér és az iskolai előmenetel között erős kapcsolatot látnak a diákok. Ez a meggyőződés egybeesik az oktatásszociológiai tanulmányok és mérések leggyakoribb következtetéseivel is.

A sztenderdizált faktorpontszámok átlagán végzett klaszteranalízis (K-mean Cluster) megmutatta, hogy az egyes komponensekbe vetett hit hogyan mintázódik a válaszadók két csoportjában (7. számú táblázat).

7. táblázat. A faktorátlagok alapján kialakult klaszterek középontjai (N =650)

	Klaszter	
	1. (N=219)	2. (N=397)
1. faktor	-,59093	,32598
2. faktor	-,80653	,44491
3. faktor	,38447	-,21209

Az első klaszterbe azok a kérdezettek tartoznak, akik legerősebben a kevésbé befolyásolható tényezőkben hisznek. A második, kissé

népesebb klaszter tagjai leginkább a diszpozicionális tényezőkben bíznak. A klasztertagság sem a nemmel, sem a tanulmányi átlaggal, sem az iskolai attitűddel nem mutatott szignifikáns kapcsolatot. Ugyanakkor az egyes klaszterben a 11.- esek vannak szignifikánsan túlreprezentálva. Úgy tűnik, mintha a 7.-esek még jobban, nagyobb arányban, hinnének az „amerikai álm”-ban. Azaz, hogy a személyen belül rejlő, erők és az ehhez társuló jó kapcsolatok, és megérdemelt szerencse az, ami a sikeresség hátterében áll. A 11. évfolyamosok, kiábrándultabban, kritikusabban, esetleg reálisabban látják a sikerességhez vezető utakat (Pearson= 9.818.  $p < 0,001$ ).

### **A sikerességgel összefüggő vonásokkal, valamint a siker következményeivel kapcsolatos attitűdök**

A kérdőív utolsó nagyobb kérdéscsoportja a sikeres emberrel, a sikerelérés lehetséges útjával és következményeivel kapcsolatos attitűdöket volt hivatva feltárni. A 30 itemből álló Likert típusú skálán a kérdezetteknek az egyes állításokkal való egyetértését kellett kifejezni egy ötfokú skálán, amelyen az 1 az adott állítás elutasítását az 5 pedig a teljes egyetértést jelentette. A skálára adott válaszokat kérdéscsoportonként elemezzük.

#### *A tanárok szerepe a felnőttkori sikerességben*

Ez a kérdéscsoport összesen öt item képviselte. Köztük ún. fordított kérdések is voltak, amelyek adatait természetesen transzformáltuk, így a magasabb pontszám azt a meggyőződést tükrözi, hogy a tanároknak meghatározó szerepe van a felnőttkori sikerességben. Ez azt jelenti, hogy elősegíthetik, de gátolhatják is a gyerekek ilyen irányú fejlődését.

A „tanárok hatása” kérdésblokkba tartozó kijelentéseket és azok átlagát a 8. táblázatban foglaltuk össze.

8.sz. táblázat. A tanárok szerepének megítélése a felnőttkori sikeresség elérése szempontjából (N=649)

Sorsz.	Kijelentés	átlag	szórás
1.	Egy jó szellemiségű tanár alapvetően befolyásolhatja egy fiatal későbbi sikerességét.	3,6406	1,07
2. (-)	A tanárok befolyásolják a gyerekek felnőttkori sikerességét.	3,5745	1,20
3.	A sikerességhez szükséges készségeket nagyrészt a tanárok formálják.	2,8482	1,08
19.	Van olyan, hogy egy gyerek azért nem válik sikeressé az életben, mert nem tudott jó kapcsolatot kialakítani tanáraival.	2,6278	1,24
22. (-)	A tanárok sokat tehetnek hozzá a gyerekek sikereséihez.	3,333	1,08

Az adatokból látható, hogy a diákok többé-kevésbé hisznek abban, hogy a tanárok szerepet játszanak a felnőttkori sikeresség elérésében, illetve annak esetleges akadályozásában. Azonban ezt a szerepet nem tartják meghatározónak, ami részben magyarázható életkori sajátosságaikkal is. Egy serdülő számára nem a tanárok tűnnek a leghatékonyabb befolyásoló erőnek, sokkal fontosabbnak látszik számukra a kortársak, vagy akár a szülők szerepe.

## Az iskola szerepe a sikerességben

Az iskola, mint intézmény, ill. az iskolai előmenetel és a sikeresség kapcsolatának megítélésére négy állítás vonatkozott. A negatív állításokat itt is transzformáltuk, a magasabb pontszám, tehát az iskola hatásának pozitív megítélését jelenti. Az egyes állításokat és azok átlagait a 9. táblázatban foglaltuk össze.

9. táblázat. Az iskola és a sikeresség kapcsolata (N=649)

		átlag	szórás
20.	A sikeres emberek többsége, már az iskolában is jól teljesített.	3,0191	1,13
21. (-)	Sokszor az lesz sikeres, akiről ezt már az iskolában is gondolták.	2,6054	0,99
23.	Az iskola igenis képes ellensúlyozni a rossz családi környezetet, és így segíteni a gyereket, hogy sikeressé váljon.	2,8806	1,19
24. (-)	Ami ma az iskolában tanítunk, annak van köze a felnőttkori sikerességhez.	2,9480	1,12

A diákok véleménye szerint az iskolának és az iskolai teljesítménynek közepes, vagy annál gyengébb előrejelző képessége van a felnőttkori sikerességgel kapcsolatban.

## Vélekedés a sikeresség áráról

A sikeres emberekkel kapcsolatban él a köztudatban, egy olyan nézet, amely szerint a sikerért nagy árat kellett fizetniük. A magánélet vagy az egészség az, amit a közvélekedés szerint leggyakrabban feláldoznak a sikeresség érdekében. Ennek a nézetnek (közhiedelemnek) több forrása is lehet. Egyrészt elképzelhető, hogy olyan ismeretekből generáljuk, mint híres tudósok, művészek életrajzai, rosszabb esetben a pletykalapokból származó, sztárokról szóló információkból vonjuk le ezt a következtetést. Másrészt, viszont lehetséges, hogy ezeket a vélekedéseket abból a célból hozzuk létre, illetve fogadjuk el, hogy a sikeres emberekkel kapcsolatos irigység vagy összehasonlítási bánat érzését enyhítsük vagy kompenzáljuk. A kérdőívben a sikeresség árára vonatkozó elképzelésekre négy item vonatkozott. Az egyes állításokat és átlagaikat a 10. táblázatban foglaltuk össze.

10. táblázat. A sikeresség ára a diákok szerint (N=546)

sorszám		átlag	szórás
6.	Aki a munkájában sikeres gyakran a magánélet terén sikertelen.	3,0769	1,11
7.	Aki sikeres, az gyakran nem boldog.	3,0345	1,14
8.	A legtöbb sikeres ember az egészségével fizet a sikerért.	2,8176	1,19
9.	Az igazán sikeres ember gyakran magányos.	2,9702	1,18

A diákok a munka sikert és magánéleti sikert kevésbé látják összeegyeztethetőnek. Ezt feltehetően szüleik, családi környezetük megfigyeléséből, esetleg sztárok életéről szóló hírekből vonták le. Figyelemre méltó, hogy csak kis mértékben gondolják, hogy a siker ára lehet az egészség megromlása is. Elképzelhető, hogy ezt az életkoruk magyarázza. Serdülőként még nem szembesülnek azokkal a krónikus betegségekkel, amelyeket stressz, a tartós munkahelyi nyomás, vagy a hosszan tartó alváshiány, stb. okozhat. Ugyanakkor azt is jelentheti, hogy még nem alakult ki bennük az a tudat, hogy az egészség elveszíthető.

## Vélekedés a sikeresség tartósságáról

A sikerrel kapcsolatos felfogás egyik dimenziója lehet annak megítélése is, hogy a siker egy pillanat az ember életében, egy kiemelkedő körülírható esemény, vagy egy folyamatosan fennálló állapot. Hasonlóan az érzelem és a hangulat fogalmának megkülönböztetéshez. A kérdőívben két állítás vonatkozott erre a területre (11.sz. táblázat).

11. táblázat. Vélekedés a sikeresség tartósságáról (N = 549)

sorszám		átlag	szórás
10.	A sikeresség egy múló állapot.	3,2166	1,18
11.	Sikeressé válni nehéz, de elveszíteni könnyű.	4,1593	1,06

Az adatokból úgy tűnik, hogy a kérdezettek inkább azon a véleményen vannak, hogy a sikeresség állapot jellegű, és nem egy folyamatosan jelen lévő sajátosság. Különösen erős az egyetértés a siker elveszíthetőségével kapcsolatosan

## A sikeresség árnyoldalai

A sikeresség reprezentációjának a közbeszédben gyakran megnyilvánuló eleme, a sikeresség negatív következményeinek, árnyoldalainak feltételezése. Ezért fontosnak véltük feltárni az ezzel kapcsolatos nézeteket is. Az erre a területre vonatkozó állításokat, és azok eredményeit a 12. táblázat foglalja össze.

12. táblázat. A sikeresség árnyoldalai

sorszám		átlag	szórás
14.	A sikeres embernek sok az irigye.	3,77764	1,14
15.	Sokszor nem az lesz igazán sikeres, aki megérdemli.	4,0220	1,03
16.	A legtöbb sikeres ember mások rovására éri el célját.	3,5692	1,05
17.	A hasonló területen sikeres emberek gyakran utálják egymást.	3,4051	1,08

Azt lehet mondani, hogy a diákok véleménye elég markáns. A táblázat adataiból látszik, hogy a kérdezettek többnyire egyetértenek egyet azzal, hogy a sikeresnek vannak ilyen jellegű árnyoldalai. A legerősebb egyetértés a sikeres ember irigyeire vonatkozik. Többé-kevésbé azt is jellemzőnek tartják, hogy a sikeres ember mások rovására éri el



a célját. Ugyanakkor nemcsak a versengés, de az együttműködés szerepét is látják a sikeresség elérésben (13. táblázat).

13. táblázat. Együttműködés-versengés és siker

sorszám		átlag	szórás
18.	Nincs sikeresség versengés nélkül.	4,0317	0,99
25.	Aki jól tud másokkal együttműködni, az valószínűbben lesz sikeres ember.	3,8641	0,91

Ez egybehangzik a versengésre vonatkozó kutatások eredményeivel, miszerint a versengés, és az együttműködés nem ellentétes, hanem egymástól független dimenziója a társas viselkedésnek (Fülöp, 2001).

### A diákok vélekedése a sikeresség és a hazai-külföldi boldogulás kérdésében

A vizsgálat idején éppen küszöbön állt hazánk csatlakozása az Európai Unióhoz. Ezért tartottuk lényegesnek, hogy megtudjuk, a diákok mit gondolnak arról, hogy milyen sikerlehetőséget jelent a külföldi munkavállalás, illetve külföldön élés. A diákok kérdőívében skála utolsó öt eleme vonatkozott erre a területre. Az állításokat és a kapott eredményeket a 14. táblázatban foglaltuk össze.

14. táblázat. A külföldön való érvényesüléssel kapcsolatos vélekedés átlagai, szórása (N=651)

	átlag	szórás
Külföldön könnyebb sikeresnek lenni, mint Magyarországon.	3,8446	1,11987
Aki Magyarországon sikeresnek számít, nem biztos, hogy az Unióban is az lesz.	3,5444	1,11234
A magyar ember külföldön is tud érvényesülni.	3,3631	1,03978
Igazán sikeres csak a saját hazájában lehet az ember.	2,6203	1,20947
Idegen nyelv tudása nélkül nincs siker.	4,1154	1,13017

A táblázat adatai azt mutatják, hogy a kérdezettek alapvetően egyetértenek azzal, hogy a nyelvtudás a siker fontos feltétele. Ez nem jelenti egyben azt is, hogy a sikeressé is egyértelműen a külföldhöz kötődik. Hiszen a nyelvtudás a hazai sikerességben is fontos lehet, pl. információszerzés (internet használat) miatt. A kérdezettek nagyrészt úgy gondolják, hogy külföldön könnyebb sikeressé válni, mint itthon. De vélekedéseik ezen a téren ambivalensnek mondhatók. Nagyjából ugyanannyira vannak meggyőződve arról, hogy a magyar ember mindenütt boldogul, mint amennyire bizonytalanok ebben.

## A kutatás eredményeinek összegzése a hipotézisek tükrében

Kutatásunk, amely távolról sem nevezhető reprezentatívnak, feltárta a megkérdezett diákok sikerrel kapcsolatos felfogásának néhány fontos jellemzőjét. Eredményeink nem általánosíthatók a teljes populációra, mégis figyelemre méltó tendenciákra mutatnak rá.

Hipotéziseink lényegében igazolást nyertek. A diákok sikerrel kapcsolatos felfogása erősen kötődik az anyagi értékekhez, vélekedésükben a siker és a pénz fogalma szoros összefüggést mutatott. Ez vélhetően a társadalomban uralkodó aktuális értékrendnek egyfajta visszatükröződése, amely valószínűleg elsősorban a médián keresztül közvetítődik a fiatalok felé.

A sikeres célcsoportok jellemzésének elemzése rámutatott, hogy a sikeres üzletember prototípusa kapta a legnegatívabb értékelést. Ez nagyrészt egybeesik előzetes elvárásainkkal. A diákok véleménye az üzletemberekről kissé negatívabb, mint általában a sikeres emberről. A jellemzések tanúsága alapján úgy tűnik a sikeres pedagógus lényegében tökéletes. Nemcsak szorgalmas, kitartó és intelligens, de kifejezetten humánus (segítőkész és barátságos), valamint talpig becsületes. Ez utóbbi vonások azonban szerintük a legkevésbé a sikeres üzletembert jellemzik, és az általános sikeres ember képében is alacsonyabb értékelést kaptak. A sikerben a kockázatvállalás és a versengés szerepét kiemelkedőnek látják, ugyanakkor ezt a két vonást a sikeres pedagógus esetében nem tartják erősen jellemzőnek. Ezek a jellemzések visszatükrözik azt a közvélekedésben (és az előzetes interjúkban is) gyakran felbukkanó nézetet, miszerint, „a mai világban a törtető, erőszakos emberek lesznek sikeresek, akik a becsületen megoldásoktól sem riadnak vissza a siker érdekében”. Ez egybehangzik Fiske és munkatársai (2004) által a sztereotípiák tartalmával kapcsolatos elméletével, mely szerint a kompetens (sikeres) emberektől gyakran elvitatjuk a humánus, melegséggel és barátságossággal összefüggő vonásokat. Ugyanakkor nem lehet figyelmen kívül hagyni az eredmények értelmezésénél, azt a jelenséget, amelyet Hunyady György a kontraszelekció társadalmi élményének nevez. Hazai felnőtt reprezentatív mintán végzett kutatásaiban meglehetősen nagy egyetértést tapasztalt azokkal a kijelentésekkel kapcsolatban, amelyek azt sugallták, hogy a társadalomban gyakran nem feltétlenül azok lesznek sikeresek és jutnak előbbre, akik ezt munkájukkal vagy tehetségükkel kiérdemlik (Hunyady, 2003; Hunyady, 2010). Ez a vélekedés saját kutatásunk eredményeiben is tetten érhető volt.

Az iskola és tanárok sikeres életutat elősegítő szerepével kapcsolatos nézetek feltárása a kutatás egyik legfőbb célja volt. Ebben a vonatkozásban előzetes elvárásaink nem minden szempontból igazolódtak. A diákok a tanárok szerepét kevésbé látják meghatározónak. Az iskolai eredmények és az iskolai tananyag jelentőségét csekélyre értékelik. Ebben a vizsgálatban is markánsan megjelent az intellektuális képességek és az iskolai előmenetel éles szétválasztása. Ez az iskolai osztályzás egyfajta diszfunkciójára utal, amelyet már korábbi kutatások eredményei is felvetettek (Csapó, 2002).

A diákok ambivalens módon vélekednek a siker áráról, illetve árnyoldalairól. Elismerik, hogy a sikerért olykor nagy árat kell fizetni, de ezt nem tartják általánosan jellemzőnek, és kifejezetten elutasítják azt az állítás, miszerint a sikerért az ember akár az egészségével is fizethet. Úgy vélik a sikeres ember egyszerre népszerű és sok az irigye. A sikeresség fontos feltételének tartják, hogy valaki egyaránt legyen képes együttműködésre, de versengő is legyen, ha a helyzet ezt követeli meg. A sikerességet inkább pillanatnyi élménynek és nem tartósan megőrizhető státusznak tartják. A siker könnyű elvesztésének lehetősége markánsan megjelenik a diákok vélekedésében.

Kutatásunknak nem volt közvetlen célja, hogy fellelje az amerikai sikermodellek jelenlétét a magyar diákok vizsgált csoportjának gondolkodásában. Ennek ellenére a jellemzések és sikertényezők faktorstruktúrájának valamint eloszlásainak elemzése alapján elmondhatjuk, hogy egyik De Vitis (1996) által felvázolt sikeretika sem jelenik meg dominánsan. Ami szembetűnő, hogy azok a személyiségvonások kapták a legkisebb értékeket a sikeres ember sztereotípiájában (különösen az üzletember esetében), amelyek a szolgálat etikához kötődtek. Ezek a legmagasabb értéket a sikeres pedagógus képében mutatták. Ez arra utal, hogy a sikeresség felfogása nem egydimenziós jellegű, hanem kötődik fogalakozáshoz, életterülethez. Ez alapján elképzelhető, hogy nem egységes sikeretikáról, sokkal inkább specifikus érvényesülési módokról gondolkodnak a diákok.

Kutatásunkat diákok egy kisebb csoportjának bevonásával végeztük, s bár törekedtünk arra, hogy földrajzilag és iskolatípus szerint is komplex mintát állítsunk össze, mégsem általánosíthatjuk eredményeinket az adott korosztályra. Ugyanakkor a kutatás eredményei rámutattak néhány fontos és további vizsgálatot is indukáló tényezőre. Az egyik legfontosabb talán, hogy a diákok a sikert az anyagi jólléttel, a sikerességet az üzleti életben való előrejutással társítják.

Érdemes lenne, egy reprezentatív mintán ismét megvizsgálni, hogy az azóta eltelt idő alatt ez a felfogás mennyiben változott. Hasonlóképpen felvethető a kutatás eredményei alapján az a további kérdés, hogy ez a sikerkép mennyiben határozza meg pályaválasztási elképzeléseiket, és személyes fejlődési aspirációikat. Azaz, önmaguk számára mennyire tartják kívánatosnak kifejleszteni azokat a készségeket, tulajdonságokat, amelyek szerintük sikerességhez vezetnek. További érdekes eredmény, hogy az iskolai előmenetel szerepét nem látják jelentősnek, és a tanárokét sem. Kérdés azonban, hogy az időközben kibontakozott oktatási reformtörekvések, pl. a kompetencia alapú oktatási stratégiák bevezetése hozott-e olyan változást, ami alapján a diákok esetleg már hasznosabbnak érzik a sikeresség szempontjából az iskola előkészítő szerepét? Ahogy az is releváns kérdés, hogy a kutatás óta a társadalomban lezajlott változások enyhítették-e a kontraszelekció élményét? Kezdi-e a diákok másképp látni a sikerhez vezető utakat? Erősebb felelősséget és én-hatékonyságot éreznek-e a saját jelenük és jövőjük alakításában, mint ahogy azt a korábbi generációk, illetve ennek a vizsgálatnak a résztvevői látták? Ezeknek a kérdéseknek a megválaszolása a társadalomlélektan iránt érdeklődő kutatók számára gazdag vizsgálati lehetőséget kínál a jövőben is.

## Irodalomjegyzék

Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980) *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

De Vitis, J. R., Rich, J.M. (1996) *The success Ethic, Education and the American Dream*. State University, N.Y: Press.

Erikson, E. H (1991) *A fiatal Luther és más írások*. Gondolat, Budapest.

Fiske, S., Cuddy, A.C., Glick, P., Xu, J. (2004) A (gyakran kevert) sztereotípiatartalom modellje: A kompetencia az észlelt státuszból, a melegszívűség pedig a versengésből ered. In Hamilton, D.L, Fiske, S.T és Bargh, J.A (eds) *A társak és a társadalom megismerése*. 315-389. Osiris, Budapest.

Gallup Intézet (1998) Mitől függ a boldogulás Magyarországon? 1993 - 1998. *Népszava*. Április 11.) elérhető: [www.gallup.hu/orszagkep.htm](http://www.gallup.hu/orszagkep.htm).

Hamilton, D.L. (2001) A sztereotípiák megértése: elméletek és problémák történelmi perspektívában. In Hunyady Gy és Nguyen Luu Lan Anh (szerk.) *Sztereotípiák kutatás. Hagyományok és irányok*. 13-23. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest.

Hamilton, D.L. (2004) A társas megismerés: bevezető áttekintés. In Hamilton, D.L, Fiske, S.T és Bargh, J.A (eds) *A társak és a társadalom megismerése*. 41-99. Osiris, Budapest.

Hunyady Gy. (1996) *Sztereotípiák a változó közgondolkodásban*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Hunyady Gy. (2010) *A társadalmi közérzet hullámverése. 20 Év után*. Napvilág Kiadó, Budapest.

Ichheiser, G. (1970) *Appearance and Reality*. Jossey-Bass. Inc. Publ. San Francisco

Katz, D., Braly, K. (2001) Száz főiskolai hallgató faji sztereotípiái. In Hunyady Gy. és Nguyen Luu Lan Anh (szerk.) *Sztereotípiák kutatás. Hagyományok és irányok*. 23-32. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest.

Kelley, H.H. és Michaela, J.L. (1984) Az attribúció elmélete és kutatása. In Hunyady György (szerk.) *Szociálpszichológia*. 55-116. Gondolat Kiadó, Budapest.

Kolosi T., Tóth I.Gy. (2008) A rendszerváltás nyertes és vesztes –generációs oldalnézetből. Tíz állítás a gazdasági átalakulás társadalmi hatásairól. In: Kolosi T. és Tóth I. Gy. (szerk.) *Társadalmi riport*. 15-46. TÁRKI, Budapest.

Mannheim, K. (1930) Über das Wesen und die Bedeutung des wirtschaftlichen Erfolgsstreben. In *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik*. 63. Idézi: Váriné Szilágyi Ibolya és Solymosi Zsuzsa (szerk.) *A siker lélektana*. 42–72. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest.

McClure, J., Meyer, L.H., Garisch, J., Fischer, R., Weir, K.F., & Walkey, F.H. (2011) Students' attributions for their best and worst marks: Do they relate to achievement? *Contemporary Educational Psychology*, 36,2, 71–81.

Osgood, C.E., Suci, G., & Tannenbaum, P. (1957) *The measurement of meaning*. Urbana, IL: University of Illinois Press.

Riesman. D. (1983) *A magányos tömeg*. Közgazdasági és Jogi Kiadó.

Szabó É. (2007) „Sikeres embert faragni” – Pedagógusok véleménye a sikerességről és az iskola szerepéről. In *Pedagógusképzés. 1.* 27–37.

Szabó É., Váriné Szilágyi I. (2007) Tanárok sikerképe a rendszerváltás után. In *Alkalmazott Pszichológia. IX.* 3-4. 123-146.

Székelyi M., Örkény A., Csepeli Gy., Barna I. (2005) *A siker fénytörései.* Sík Kiadó, Budapest.

Váriné Szilágyi I., Solymosi Zs. (1999). A siker szociális reprezentációja - értelmiségi rétegeknél. In Váriné Sz. I. és Solymosi Zs. (szerk.) *A siker lélektana.* 42-72. Új Mandátum Kiadó.

Fallah Nóra

*A tetováláshalmaz motivációs háttere és személyiségdimenziói*

A fiatalok helyzete jelentősen megváltozott az elmúlt időszakban. A felnőtté válás nem köthető már egyértelműen a munkavállaláshoz, illetve a szülőkről való leváláshoz. Átalakulóban van a család és a családtól való elszakadás egyaránt. A fiatalok egyre hosszabb ideig élnek a szüleikkel közös házban, illetve nem ritka, hogy a különköltözött fiatalok rendszeres pénzbeli támogatásban részesülnek családjuktól (Susánszky, 2009). Csökkent a házasság kötések száma, egyre gyakoribb a válás, későbbre tolódott a házasodás és a gyermekvállalás időszaka, nőtt a gyermeket egyedül vállalók száma, továbbá megjelentek újfajta párkapcsolati formák. Ez az új életpálya eltér az úgynevezett standard életpályától, így egyfajta bizonytalansághoz vezethet (Moretti, 2008; Susánszky, 2009). Továbbnövelheti ezt a bizonytalanságot, hogy mai modern világunk egyre inkább elrútustalanodik. Fontos a különböző eseményekhez való identitás hozzárendelése, illetve bizonyos mesterséges határok létrehozása. A különböző státuszok közötti átmenethez szükségeltetnek szimbólumokkal ellátott rítusok, melyek segítik, vezetik az egyént, hogy megértse, mi a tőle elvárt viselkedés, illetve mik a társadalom értékei (Susánszky, 2009.). Számos kutató úgy véli, hogy a különböző testmódosítások eszközül szolgálhatnak a fiataloknak a függetlenség és az önállóság kifejezésére (Forbes, 2001; Millner és Eichold, 2001; Stirn, 2004).

A testmódosítások az ókori világ rítusainak alap kellékei voltak, melyek információval bírtak a hordozóik és a közösség számára egyaránt (Hemingson, 2009). A test az ember életének egyik legkiemeltebb pontja, az az „abszolút referenciakeret” mely lehetőséget ad mind a fizikai, mind a szociális térbe való beilleszkedésre, továbbá a megítélés és a viselkedés integrátora. A bőrfelszín az ember testének legszembevetőbb része, így sok esetben magát az embert azonosítjuk vele (Solymosi, 1987). A különböző személyi díszítések lehetőséget adnak a bőr átmeneti vagy végleges elváltoztatására.

A bőr pigmentációjának végleges elváltozását okozó tetoválás történelme egészen az archaikus időkig nyúlik vissza. A több ezer éves története során a tetoválás motivációja, megítélése folyamatosan változott. Napjainkban elmondható, hogy a tetoválás mind a nyugati társadalmakban, mind hazánkban egyre nagyobb népszerűségnek



örvend. Ezt mi sem bizonyítja jobban, minthogy a korábban szubkultúrákat jellemző, deviánsnak számító testmódosítások teret hódítottak számos médiában. Megjelent több a témával foglalkozó szaklap, elindultak külföldön sikerrel futó tetoválással kapcsolatos ismeretterjesztő sorozatok (ilyen többek között a Miami Ink, L.A. Ink, German Ink, melyek a tetoválások által különböző emberi sorsok megismerésére adnak lehetőséget), illetve az internetnek, közösségi oldalaknak köszönhetően már mindenki könnyen információhoz tud jutni a különböző testmódosító eljárásokról. Amerikában megalakult az úgynevezett Testmódosító Egyház, hazánkban pedig létrejött a Magyar Tetoválók Szövetsége, illetve minden évben világszerte, köztük hazánkban is megrendezésre kerülnek a szakma legjobbjait fel-sorakoztató tetováló expok.

A tetoválás, mint testmódosító eljárás népszerűsége nemcsak számokban érzékelhető, hanem viselése társadalmi státusztól függetlenné vált (DeMello, 2000; Pitts, 2003). Annak ellenére, hogy a tetoválás egyre elterjedtebb hazánkban, a témában fellelhető szakirodalmak száma alacsony, továbbá kevés nemzetközi szakirodalom tér ki a tetoválást gyűjtő személyek motivációjára és személyiségére. Ezért is választottam kutatásom témájaként a pontozótetoválás halmozás motivációját és személyiség dimenzióit. Célom volt feltérképezni tetováláshalmozás motivációját, énkép, testkép megítélését és a tetováláshalmozó személyiséget különböző személyiségteszteken keresztül. A tetováláskutatás magában foglalja a pszichológia, a társadalomtudományok és egyéb tudományok több területét is. A tetoválás kutatása, motivációjának megértése kiindulópontot képezhet az egyéb testmódosító eljárások köztük az olyan drasztikus beavatkozást igénylő testmódosítások, mint például a bőrfelület nyúzása, transz/szubdermális implantátumok beültetése megismeréséhez, megértéséhez.

## **Személyi művészet a tetoválás tükrében**

A személyi művészet és a testművészet indítékai nem tisztázottak. Megkülönböztetünk mozgatható (változtatható) és nem mozgatható (meg nem változtatható) személyi díszítéseket. A mozgatható testművészetek közé tartozik többek között a viselt ruházat, az ékszerek, az arc/testfestés, a hajviselet, a szőrzet meghagyása, növesztése, eltávolítása. A nem mozgatható eljárások a testen állandó módosulásokat idéznek elő, ide sorolandók a különböző testtorzítások és a



testmódosítások (Bodrogi, 1987). A testen megjelenő nem mozgatható módosítások esetében fontosnak tartom megkülönböztetni azokat a módosításokat, melyek akaratlagosan és amelyek a személy akaratán kívül történnek. Az akaratlan elváltozások a testen keletkezhetnek egy esetleges baleset vagy akár háborúban elszenvedett sérülés során. Featherstone (1999) a testmódosítást a test különböző bevett eljárásokkal történő esztétikai, illetve egyéb motivációval vezérelt szándékos megváltoztatásaként írja le. A tetováló szalonokban végzett testmódosító eljárások között szerepelnek olyanok, mint a bőr megvágása, égetése, a bőrfelület nyúzása, a szemgolyó megfestése és a test olyan egyéb deformálási módszerei, mint a nyelv kettéhasítása, fülporc eltávolítása, transzdermális, szubdermális implantátumok beültetése a bőr alá (Hicinbothem, Gonsalves és Lester, 2006).

A szakirodalmak többsége által kutatott piercingek és tetoválások is a testmódosító eljárások közé tartoznak (Atkinson, 2004; Forbes, 2001; Kaldeneker és Pikó, 2005; Vail, 1999; Wohlrab, Stahl és Kappeler, 2007b). Három tetoválási technikát különböztetünk meg, melyek a ponttetoválás, a hegtetoválás és a varrásos tetoválás. A pontozótetoválás során egy hegyes tárgy segítségével eltávolíthatatlan festékanyagot juttatnak az epidermisbe. Mind az eszközök, mind a festőanyagok környezeti adottságokból fakadóan eltérőek lehetnek. Hegyes tárgy lehet cápa fog, tüske, csont, fa, elektromos gép, festőanyag pedig készülhet növényből, termés elégetéséből, faszénből, puskaporból, illetve vegyileg előállított anyagokból. A tetoválási technika típusának kiválasztásában szerepet játszhat a bőrszín, mivel különbség figyelhető meg a színek kirajzolódásában, illetve a hegesedésben. A világos bőrűek között a pontozó és a varrásos tetoválás a jellemző, míg a sötét bőrű népeknél a hegtetoválás a legelterjedtebb (Bodrogi, 1987.).

Az alábbiakban a testmódosítás szót gyűjtőfogalomként használok a piercingre és a pontozótetoválásra. Más motiváció határozta meg a tetoválást és az egyéb testmódosításokat az ősidőkben és napjainkban. Szükségesnek tartom a tetoválás motivációjának megértéséhez a tetoválás történelmének alapszintű áttekintését az archaikus időktől napjainkig, kitérve a magyar tetoválási történelmi adatokra.

## A tetoválás történelme az archaikus időktől napjainkig

A tetoválás történelme egészen időszámításunk előtti időkre nyúlik vissza (Brady, 1993). A pontozásos tetoválás olyan rituálék részeként volt jelen, melyek a szellemek világát és a fájdalom démonait kívánták csitítani. A papok kezdetben nem vettek részt ezekben a rituálékban egészen addig, amíg rá nem jöttek azok előnyeire. A rituálékot összekötötték a vallásos szertartásokkal és a tetoválást monopolizálták. Ezekben az időkben a törzsfőnök és az uralkodó osztály tehetette meg, hogy bőrüket írások formájában tetoválással ékesítsék, melyek hozzávezették viselőjüket a megváltáshoz. Ősi civilizációk között a bőrre tetovált jelek fejezték ki a hierarchiát, és a tetoválási rituálé jelképezte az összetartozást (Wroblewski, 2004).

Az első európai tetoválást egy olasz gleccserben talált 5000 éves múmián fedezték fel (Dorfer és Moser, 1998). A modern európai tetoválási történelem James Cook nevéhez, illetve a 18. század során történő hódításokhoz és az egyre növekvő emberforgalomhoz kötődik. Ezekben az időkben a tetoválások feliratok formájában jelentek meg. A Föld egyik felén élő törzsek hőseik, harcosaik arcára tetováltak, míg Európában, Kínában, Japánban, ezekben az időkben, a barbár tettek elkövetőit, a máshogy gondolkodók arcát jelezték tetoválással (Wroblewski, 2004). A bőrbe égetett megbélyegző jegyek használata hazánkban Szent István és Kálmán idejében meghatározóak voltak. Ebben a korszakban bevett eljárás volt a boszorkányok bőrének kereszt formájú megégetése a templom kulcsával (Kovács, 1987).

A Magyar Nyelvőr 1872-es beszámolója arra mutat rá, hogy a tetoválás, mint kifejezés megjelenése előtt, már használták magát az eljárást Magyarországon. A legrégebbi magyar tetoválási történeti adat Németh László leírásából származik, mely szerint gróf Széchenyi István is rendelkezett tetoválással. A gróf karján egy szívet viselt, mely szívben, a leírások alapján, a Selina név volt látható. A 19-ik század utolsó évtizedeiben az arisztokrácia körében divatos volt a tetoválás. Megjelent többek között Ferenc József feleségén, Erzsébet királynén, aki bal vállára a remény szimbólumát tetováltatott. Másik magyar vonatkozású nemesi tetoválás gróf Károlyi Mihályhoz kötődik, a gróf ifjúkorában a családjának egy híres töréről származó az „ora et semper” jelmondatot tetováltatta karjára. A nemesi rétegen túl a magyar kisiparos réteg számára is meghatározó volt a tetoválás, mely tetoválások az összetartozásukat, foglalkozásukat jelölték. Többek között a pékek, esztergályosok, kocsisok, kőművesek, fűrész mesterek, bányá-

szok, cipészek, mészárosok rendelkeztek szakmájukat jelző bőrképpel. Mindegyik foglalkozásnak meg volt a maga motívum világa, melyek a szakmához tartozó eszközökből és termékekből álltak. (Például a bányászok két keresztbe tett kalapácsot, bányászlámpát és „Jó szerencsét!” bányászköszöntést tetováltatták a bőrükre.) A háborúban szolgáló katonák fegyvernemmel, királyokkal, hadvezérekkel, zászlókkal, címerekkel, hadszínterekkel és vércsoportjukkal jelölték magukat. A bőrbe tetovált vércsoport azért volt fontos, mert lehetővé tette a sérült katonák gyorsabb ellátását. Mind a katona, mind a kisiparos tetoválások személyes információkat tartalmaztak, így kétségtelenül identifikációs szerepet tölthettek be. A tetoválás nem volt idegen a magyar paraszti kultúrában sem, Nagybaracska, illetve Baja környékén, Bácsbokodon, Bátmonostoron, Szeremlén és Hercegszántón csillagos végű görög kereszttel és saját monogramjukkal jelölt idős parasztasszonyok élnek. A jelek 14-16 éves korukban készültek tinta és varrótű segítségével a testükre (Kovács, 1987.).

A 60-as évektől a nyugati társadalmakban változott az attitűd a testmódosításokkal kapcsolatban, mivel azok nyilvánosságot kaptak a rock sztárok, híres atléták, illetve a fiatalok példaképei révén. A testmódosítást készítő munkáját művészetként kezdték el kezelni (Lautman, 1994; Sanders, 1989). Ennek ellenére a társadalom és a szakemberek a tetoválást egészségtelen, nem kívánatos személyekkel kötötték össze (Steward, 1990).

A 90-es évekig a testmódosítás a szubkultúrák provokatív maradványaként volt jelen (DeMello, 2000; Pitts, 2003). A fogyasztói társadalomnak köszönhetően, hihetetlen mértékben növekedett a népszerűsége az olyan testmódosító eljárásoknak, mint a tetoválás és a piercing (DeMello, 2000; Pitts, 2003; Turner, 1999; Wohlrab és mtsai, 2007b). Ezt támasztják alá azok a statisztikai adatok, miszerint minden negyedik amerikai lakos rendelkezik tetoválással (Laumann és Derick, 2006), illetve a nyugati társadalmakban élő lakosság 10%-a visel valamilyen testmódosítást (Wohlrab, Stahl, Rammsayer és Kappler, 2007a).

A tetoválás és az egyéb testmódosítások széles körben elterjedtek, így a téma egyre inkább előtérbe került a különböző tudományágak, köztük a pszichológia, körében. A tetoválás és a különböző testmódosító eljárások mást testesítettek meg a múltban és mást testesítenek meg manapság. Ezért is tartom fontos kérdésnek, hogy a tetoválás tekinthető-e deviánsnak napjainkban? A következőkben a deviancia

alapfogalmán keresztül kívánom a tetováláshalmozást áttekinteni a tetoválást deviancia nézőpontjából vizsgáló szakirodalmak által.

### **Tetoválás, mint deviancia?**

A tetoválás az archaikus időkben normatartó viselkedést jelentett, majd idővel deviáncssá vált, napjainkra pedig a deviancia határmezsgyéjére került. A deviancia olyan viselkedési formákat jelöl, amelyek eltérnek a társadalomban elfogadott magatartástól. A társadalomban érvényes normák gyorsan változhatnak időben és térben is egyaránt. A devianciára kultúrafüggő jelenséggént tekinthetünk, mert előfordulhat, hogy adott viselkedés bizonyos kultúrákban elfogadott, míg másokban nem (Kaldenekker és Pikó, 2005).

A devianciának három kritériuma van. Akkor tekinthető valami deviáncsnak, ha az eltér az elfogadott normától (1). Ebben a megfogalmazásban fontos a szocio-kulturális kontextus, mivel vannak olyan cselekedetek, amiket szinte minden társadalom elítél, és vannak olyanok, amik bizonyos társadalmakban megengedettek. Másik kritérium szerint, a deviancia csak a társadalom egy kis részét érinti (2). Azokat a viselkedéseket címkézzük deviáncsnak, amik fenyegetik a társadalom egészséges működését, fennálló rendjét (3) (Kaldenekker és Pikó, 2005). A tetoválást ezen kritériumok alapján nem lehet egyértelműen deviáncsnak tekinteni. Viszont deviáncsnak mondható, mert nem illeszkedik egyetlen konkrét réteg vagy csoport életébe sem, és idegenkedés, kiközösítő, megbélyegző viselkedés veszi körül (Solymosi, 1987)

A deviáncssá válás egy tanulási folyamat, mely során az egyén megtanulja saját devianciájának a védjegyét (Vail, 1999). A profi tolvajok megtanulják a szakmát, annak fortélyait más profi tolvajoktól (Sutherland, 1937). A tetoválásgyűjtés egyéni és társas folyamat, mely során a gyűjtők egyénileg a belső indítatásuk alapján kiválasztják a saját dizájnjukat, és másoktól megtanulják, hogyan lehet ezeket a lehető legszebben "testüknek vásznára" beilleszteni (Vail, 1999). Vannak, akik magazinok (DeMello, 2000), mások, más gyűjtők révén sajátítják el a szimbólumok interakcióit, a különböző stílusokat és jelöléseket (Vail, 1999).

A tetoválásgyűjtővé válás egy transzformatív élmény, mely pszichológiai, szubkulturális és - a bőr tényleges pigmentációjának megváltoztatásával - fizikai is egyben. A gyűjtő által választott minták,

motívumok, belső információkat közölnek, külsőségek révén mesélnek viselőjükről. A tetoválók művészi készségei lehetőséget nyitottak, hogy az emberek saját „bőrruhát” tervezzenek maguknak. A halmozónak minden új tetoválás elkészítése előtt végig kell gondolnia, hogyan tudja az új mintát a jelenlegi gyűjteményébe, „testének vásznára” a lehető legtökéletesebben beilleszteni. A tetoválásgyűjtés komoly odaadást igényel, mivel jelentős pénzügyi elkötelezettséggel, fizikai fájdalommal és stigmatizált diszkomforttal jár (Vail, 1999).

A tetováláshalmozást Vail (1999) egy pszichológiai jelenségként írja le, így elengedhetetlen a kutatásom szempontjából a tetoválás és az egyéb testmódosításokkal kapcsolatos főbb személyiség és a megítélést vizsgáló, szociálpszichológiai kutatások ismertetése. A következőkben áttekintem a hipotéziseimet és vizsgálatomat megalapozó kutatási eredményeket.

### **A tetoválás pszichológiai perspektívából**

Az empirikus pszichológiai kutatások a legtöbbször pszichopatológiai jegyeként foglalkoznak a testmódosításokkal (Sanders, 1989), mint ami a szociális összehangolatlanságnak egyfajta extrém jelzése (Steward, 1990). A tetovált embert szegényes ítélőképességű, alacsony önbecsülésű és mások által könnyen irányíthatóvá váló személyiségként írják le (Favazza, 1996; Sperry, 1991). Néhány kutatás a tetoválást az extrovertált személyiségnek tulajdonítja, mivel ők több szociális és fizikális stimulációt igényelnek, illetve nagyobb valószínűséggel vesznek részt a társadalom által nem elfogadott tevékenységekben (Copes és Forsyth, 1993). A tetovált személyeket alacsony iskolai teljesítményűeknek, szétesett családok gyermekeinek, boldogtalan gyerekkorral rendelkezőknek, templomot nem látogatóknak, börtönviselt személyeknek sztereotipizálják (Grumet, 1983; Rooks, Roberts és Scheltema, 2000; Sanders, 1989).

A tetovált embert posztmodern társadalmunk tévhitek alapján negatív gondolatokkal bélyegzi meg (Kaldenекker és Pikó, 2005). Az emberi identitásban jelen vannak bizonyos korlátozások, melyek megkülönböztetnek alacsonyabb és magasabb rendű csoportokat. A vélt vagy valódi testi jegyek alapján történő megkülönböztetés illuzórikus korrelációba kerül különböző lelki és kulturális tulajdonságokkal, sajátosságokkal (Csabai és Erős, 2000). A vallási inkvizíció során a bőr, a bőrön talált jegyek, bőrhibák, hegek, anyajegyek, tetoválások elégnek

bizonyultak, ahhoz, hogy kapcsolatba hozzák a tulajdonost az ördöggel és máglyán égessék el. Különböző civilizációkban is megfigyelhető ez a jelenség, miszerint a „külső” test tanúskodik a benne lakó emberről (Wroblewski, 2004).

Az általános elutasító megítélés mögött az az előítélet húzódik meg, miszerint a tetoválás, annak motívumai és maguk a tetováltak kapcsolatba hozhatóak a kriminalitással, a bűnözéssel (Kunt, 1987). A tetoválás és a bűnözői életforma összefüggéseit már Cesare Lombroso is kifejtette munkáiban. Véleménye szerint a tetoválás a bűnözési hajlam egyik karakterisztikus jele, és gyakoribb a visszaeső bűnözőknél, mint a „kezdőknél”. Hipotézisének részben saját és más kutatók adatai is ellentmondanak. Lombroso nézetei a mai napig tovább élnek a közvéleményben, illetve a szakirodalomban egyaránt (Kovács, 1987).

A modern élet több speciális életformát hozott létre, továbbá olyan intézményeket melyek hosszabb-rövidebb időre kizárják az egyént a mindennapokból; ilyenek a kórházak, a börtönök, a katonaság, a javító-nevelő intézmények és a titkos munkahelyek. Ezek a zárt életformák kialakították a maguk jelrendszerét és képi világát (Hoppál, 1987). A rabok helyzete frusztrált, hosszú éveken keresztül fogva tartásuk, valamint a börtön monoton légköre miatt, a figyelmük középpontjába a saját testük kerül. A tetoválás fájdalommal jár és ez a fajta fájdalom feszültségmentesítő hatású, mivel az egyén maga okozza fájdalmát, és ezzel valamelyest visszanyeri a beleszólását a vele történő eseményekben (Cserne, 1987). A tetoválás ennek az érdeklődésnek, illetve vágyaiknak kifejezési eszköze, mely az eltöltött idővel egyenes arányban növekszik (Kovács, 1987). A test egyfajta „utolsó menedékként” kezdett el szolgálni, ahová az ember visszahúzódhat (Csabai és Erős, 2000).

A tetoválással, testmódosítással rendelkezők személyiségére és annak megítélésére irányuló vizsgálatok egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek a pszichológusok körében. Wohlrab és munkatársai (2009) kutatásuk során a tetoválással kapcsolatos vélekedés feltárására tetoválással nem rendelkező alanyokat kértek meg, hogy virtuális karakterek segítségével alkossanak véleményt tetovált férfi és női karakterekről. A tetovált karaktereket a kockázatos életmódot élőeknek, az új élményekre nyitottabbaknak, kalandkeresőbbnek, szenzáció hajhásznak, gátlástalannak találták, illetve több szexuális partnert tulajdonítottak nekik. További kutatá-



sok kimutatták a testmódosított személyek esetében a kockázatosabb életvitelt, mivel az eredmények azt mutatják, hogy nagyobb mennyiségben fogyasztanak alkoholt, marihuanát, antidepresszánt, altatót, illetve szexuálisan kevésbé elkötelezettek és több szexuális partnerrel rendelkeznek (Roberts és Ryan, 2002;; Wohlrab és mtsai, 2007a).

Forbes (2001) egyetemistákon végzett kutatása során nem talált eltérést a testmódosítást viselő és a testmódosítással nem rendelkező diákok között a Big Five személyiség dimenzióiban és testkép, énkép megítélésükben. Ezzel szemben más kutatók szignifikáns különbséget találtak a Big Five barátságosság dimenziójában (Wohlrab és mtsai, 2007a) és az élményekre való nyitottság aldimenzióban egyaránt (Nathanson és mtsai, 2006). A testmódosítottak szenzoros élménykeresés értékeik szignifikánsan magasabbak, jobban vonzódnak azokhoz az élményekhez, amelyek intenzívebben, izgalmasabban hatnak, illetve hajlamosak a fizikai, szociális, pénzügyi kockázatra az élmény kedvéért (Wohlrab és mtsai, 2007a).

## **A tetoválás motivációs háttere**

Az idő folyamán a technika, és a tetoválás indítékai is módosultak. A jelfunkció sokrétűbb lett, a vallási szektáktól a fegyveres testületeken, iskolákon át, a deviáns csoportokig és szubkultúrákig terjed. Az euro-amerikai kultúrkörben fellelhetőek olyan érzelmeket kifejező motívumok, amelyek a hazát, a szeretetet, a szerelmet és a vallást jelképezik. Továbbá olyan tetoválások is készülnek, melyek célja a test díszítése. Ezek között megfigyelhetünk játékos, humoros mintákat (Kaldenekker és Pikó, 2005).

Megjelentek olyan nézetek, miszerint a tetoválás és a piercing mára már „semmi több, mint divat kiegészítő” (Craik, 1994; Turner, 1999). Mások a hosszú tervezési idő, utógondozás, állandó fájdalom miatt mélyebb pszichológiai jelentést tulajdonítanak neki (Sweetman, 1999). Vannak, akik szerint a testmódosítás képessé teheti az egyént arra, hogy kezelje a traumatikus élményeit (Atkinson és Young, 2001). Ezt támaszthatja alá, hogy az archaikus időkben a tetoválás és annak rituáléja totemmisztikus és terápiás rítusként szolgált. Használatba kerültek olyan kegyetlen eljárások, mint a koponyalékelés, kasztrálás, ivarszervek csonkítása, melyek az emberi test drasztikus újjáteremtéseként szolgáltak (Wroblewski, 2004).



A tetoválás motivációja jelképezheti az individuális megkülönböztettség érzését, a közösségvágyat és a társadalommal való szembenállást (Kaldeneker és Pikó, 2005). Viselője a tetoválása által pajzsot emel maga köré, amellyel az áldozati szerepet kívánja elkerülni (Atkinson, 2001). A szakirodalom tíz nagyobb kategóriát különböztet meg a tetoválás motivációja kapcsán (1. táblázat; Wohlrab és mtsai, 2007b).

1. táblázat. Szakirodalmi motivációkat összesítő táblázat

Motiváció	Motiváció típusainak meghatározása	Szakirodalom
Díszítés	- testükön hordjanak egy művészeti alkotást - divat kiegészítőként tekintenek a bőrükre	Atkinson és Young, 2001; Millner és Eichold, 2001; Stirn, 2004
Individualitás	- self-identitás fenntartása - az egyéniség kifejezése - másoktól való eltérés iránti vágy	Millner és Eichold, 2001; Stirn, 2004
Élettörténeti esemény elmesélése	- Viselője élettörténetét - Értékrendjét meséli el	Caliendo, Armstrong és Roberts, 2005; Vale és Juno, 1989; Atkinson, 2002
Fizikai kitartás	- keletkező fájdalom lehetőséget ad a fájdalomküszöb, a személyes korlátok, valamint az állóképesség felülmúlására, ezzel tesztelve viselője fizikai kitartását	Stirn, 2004; Atkinson és Young, 2001
Társas kötődés, elhivatottság	- baráti, szerelmi kötődés - csoporthoz való tényleges elhivatottság, vagy az eziránti vágy kifejezésére is szolgálhat	Millner és Eichold, 2001 Stirn, 2004
Lázadás	- szülők vagy társadalom irányába kifejezett lázadás ellenállás	DeMello, 2000; Pitts, 2003; Sanders, 1989
Spirituális, kulturális hagyományok	- kultúrához és annak spirituális világához való személyes kötődést is szimbolizálhatja	Jeffreys, 2000
Addiktív	- a fájdalmas behatolás endorfin szabadít fel, ami egy kellemes érzethez vezet	Winchel és Stanley, 1991
Szexuális motiváció	- szexualitás kifejezése - intim helyek díszítése a vágyat is serkentheti	Armstrong, Caliendo, és Roberts, 2006; Fried, 1983; Langford, 1996; Wright, 1995
Nem kötődik	- nem köthető különösebb motivációhoz, - hirtelen felindulásból, impulzívan cselekszik, - esetlegesen valamilyen szer hatása alatt áll	Greif, Hewitt és Armstrong, 1999.

Etológiai és antropológiai vizsgálatok szerint a testművészet biológiai eredetű és az ellenkező nem figyelmének felkeltése a célja (Helman, 2000). Esztétikai indíték lehet, hogy a természetes, csupasz testet a mindenkor szépségideálnak megfelelően „kulturális testté” változtassa (Bodrogi, 1987). A tetoválás egy esztétikai folyamat, mely megváltoztatja a testképet, attraktívabbá teheti viselőjét, akár csak a kozmetikai műtétek, a diéták és a tornagyakorlatok (Atkinson, 2004). Maga a tetoválás megléte vagy hiánya jelölhet társadalmi státuszt, rangot, valamely etnikumhoz, illetve bármely csoporthoz, - ka-

tonai fegyvernemhez, alakulathoz, politikai irányzathoz, valláshoz - való tartozást vagy a pubertáskor, férfikor illetve asszonyi, anyai állapot elérését (Bodrogi, 1987).

Forbes (2001) testmódosítással rendelkező egyetemistákon végzett kutatása során különbséget talált a férfiak és a nők motivációja között. A négy leggyakrabban előforduló motiváció közül az önkifejezés és a kinézet mindkét nemnél fontos volt. A nőknél megjelent a szexualitás, illetve a függetlenség és az önállóság kifejezése is. A férfiaknál ezeket felváltotta az egyediség és a különbözőség iránti igény.

### **Kutatási kérdés és hipotézisek**

Kutatásom középpontjába a pontozó tetoválás által létrehozott pigmentáció elváltoztatást halmozottan hordó egyének személyiség dimenzióit és motivációját állítottam. A testkép, énkép megítélést, illetve a személyiség összefüggéseit egy újszerű nézőpontból a tetováláshalmozás jelenségén keresztül kívánom feltérképezni. A szakirodalmaktól eltérően kizártam a kisebb vagy egy-két tetoválással rendelkező alanyokat. Kíváncsi voltam arra, hogy a sztereotípiával és a korábbi szakirodalmakkal megegyező személyiség áll-e a tetoválásgyűjtés mögött, illetve hogy a tetoválás gyűjtők, hogyan ítélik meg én/testképüket és ez a megítélés mutat eltérést a tetoválatlan kontrollhoz képest. Továbbá szerettem volna megvizsgálni, hogy azonos motiváció mozgatja-e a tetoválás meglétét és annak gyűjtését. A kapott eredményeket összevetem a külföldi adatokkal, annak érdekében, hogy megvizsgáljam Magyarországon mely motivációk és személyiség faktorok a meghatározóak. *Hipotézisem* a leírt sztereotípiák és a korábbi kutatások irányítják.

H1: A tetováláshalmozók szüleik alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, mint a tetoválatlan kontroll csoport szüleik.

H2: A tetováláshalmozók nagyobb mennyiségben fogyasztanak alkoholt, kábítószer, cigarettát, mint a tetoválatlan kontroll csoport.

H3: A tetováláshalmozók személyisége a Big Five kérdőív dimenziói mentén energikusabb, kevésbé barátságos, kevésbé lelkiismeretes, érzelmileg instabilabb, illetve nyitottabb, mint a tetoválatlan kontroll csoport.

H4: A tetováláshalmozók énkép és testkép megítélése alacsonyabb, mint a tetoválatlan kontroll csoporté.

H5: A tetováláshalmazók az Eysenck-féle személyiség kérdőív dimenziói során extrovertáltabb, neurotikusabb, illetve pszichotikusabb, mint a tetovátatlan kontroll csoport.

H6: A tetováláshalmazás fő motivációi az „önkifejezés” és a „csak a kinézet kedvéért”.

## **Módszer**

### *Vizsgálati alanyok*

A vizsgálatban 144 személy vett részt, amelyet két csoportra, a tetováláshalmazókra és kontrollcsoportra bontottam. Az adatfelvétel során hólabda-mintavételt alkalmaztam.

A tetováláshalmazó mintába 71 tetováláshalmazó 39 férfi és 32 nő került (átlagéletkoruk 27.01 év, SD= 6.001). A tetováláshalmazást a testet díszítő minta nagysága, a tetoválás tartóssága és száma alapján határoztam meg. Halmazóknak vettem azokat, akik tetoválása legalább egy teljes testrészt takar be (mivel a motívumok elkészítése több alkalmat vesz igénybe), illetve azokat, akik minimum három tenyérnagyságú mintával rendelkeznek. A tetoválás a tartósságot úgy határoztam meg, hogy a tetováló szalonokban legtöbbet használt pontozótetováló eljárás végleges pigmentáció változást okozzon, ezzel kizárva a 2-3 évente újítandó sminktetoválásokat, illetve egyéb tetoválási technikákat.

A kontroll csoport 73 tetovátatlan alanyból állt, mely nemek szerinti megoszlása 40 férfi és 33 nő (átlagéletkoruk 27.03 év, SD=7.165). Nem találtam szignifikáns különbséget a tetovált és kontrollcsoport között sem az életkor ( $t(142) = -0.12$ ,  $p=0.990$ ), sem a nemek megoszlása (Khi-négyzet=0.00,  $df=1$ ,  $p=0.987$ ), sem pedig az iskolai végzettség tekintetében ( $U(144)=2286.50$ ,  $Z = -1.392$ ,  $p=0.164$ ).

### *Vizsgálati eszközök*

A teszt sor demográfiai adatokkal és káros szenvedélyek fogyasztási gyakoriságának felmérésével indult. A demográfiai rész a kitöltő nemére, korára, legmagasabb iskolai végzettségére, és szülei iskolai végzettségére, a káros szenvedélyeket feltáró rész pedig az alkohol, cigaretta és drogfogyasztási szokásokra vonatkozott.

Ezt követte a Big Five személyiség kérdőív, ami 132 kérdésből áll, és melyre 5 fokú Likert-skála alapján kellett válaszolniuk

az alanyoknak. A kérdések a személyiség öt alapidimenzióját mérik, melyeken belül dimenzióként két-két alskála különíthető el. A tesztben az ellentmondások kiszűrésére, és a szociális megfelelés mérésére egy beépített hazugságskála található (Caprara, Barbaranelli és Borgogni, 1993).

Az énkép, testkép mérésére Secord és Jourard (1953) által kidolgozott teszt tételei közül 19 énképre és 24 testképre vonatkozó tételt használtam. Mind az énkép, mind a testkép esetében 5 fokú Likert-skála szerint kellett megadniuk a résztvevőknek, hogy mennyire elégedettek adott készségükkel, tulajdonságokkal, testrészükkel.

A következő tesztrész az Eysenck-féle személyiség kérdőív volt, melyben a résztvevők 90 eldöntendő kérdést igen-nem opciókkal válaszoltak meg. Az Eysenck-féle személyiség kérdőív a személyiséget az extroverzió, neuroticizmus és a pszichoticizmus mentén vizsgálja. A Big Fivehoz hasonlóan ez a teszt is rendelkezik hazugságskálával (Eysenck és Eysenck, 1975).

A tesztsor utolsó részét a tetoválást halmozóknak kellett kitölteniük, mely Forbes (2001) kutatásából kiemelt tetoválás 14 motivációját tartalmazó táblázat volt. A táblázatban a rájuk vonatkozó motivációt/motivációkat kellett jelölniük.

### *A vizsgálat leírása*

A teszt felvétel két részben történt a tetováláshalmozók esetében. Az első részben különböző szalonokat személyesen kerestem fel és az alanyokat mind szóban, mind a teszt sor elején található leírásban informáltam a teszt kitöltésének önkéntességéről, anonimitásáról, illetve az adatok felhasználásának céljáról. Ezt követően előre egyeztetett módon számítógépen Excel program segítségével vagy papír ceruza formában történt a tesztsor kitöltése. A tetovált alanyok személyes felkeresését azért is tartottam fontosnak, hogy elkerüljem a bizalmatlanságot, melyről más tetováláshalmozó kutatásban számoltak be (Vail, 1999). A kontaktus továbbá azt a célt is szolgálta, hogy megvizsgáljam a résztvevő tetoválásai eleget tesznek-e az általam definiált halmozási kritériumoknak.

Az elemszám bővítése, illetve a kutatás kiterjesztése érdekében elkészítettem a tesztsort online változatát. Az online változatot a különböző szalonokban dolgozók, illetve vendégeik segítségével terjesztettem az általuk megadott ismerősi körben közösségi portálok

segítségével. A közösségi portálok fénykép albuma lehetőséget adott arra, hogy minden kiküldött teszt kitöltője esetén meg tudjak győződni arról, hogy eleget tesznek-e a halmozási kritériumoknak.

A tesztek kitöltési menete a tetovátlan alanyok esetében is hasonló módon történt, azzal az eltéréssel, hogy az online változat esetében rákérdeztem arra, hogy rendelkezik-e tetoválással a kontroll személy. A teszteket mind a tetovált alanyokkal, mind a kontroll csoporttal előre egyeztetett módon manuális vagy digitális változatban jutattam el. A kitöltés ezt követően önkéntesen, anonim módon az etikai előírásoknak megfelelően történt.

## Eredmények

A tetováltak átlag életkora nem tért el szignifikánsan a kontroll csoport átlag életkorától a független mintás t-próba eredményei alapján (lásd: 2.táblázat).

*2. táblázat. Átlagéletkor nemek szerinti megoszlása a tetováláshalmazó és a kontroll csoport tekintetében. (df= 142)*

Tetovált összesített N=71		Tetovált férfiak N=39		Tetovált nők N=32		Kontroll összesített N=73		Kontroll férfiak N=40		Kontroll nők N=33		Összesített	
M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D	M	S.D	t	p
27.01	6.00	28.23	5.47	25.53	6.37	27.03	7.17	27.73	7.19	26.18	7.16	-0.12	0.99

A Mann-Whitney próba alapján a szülők legmagasabb iskolai végzettsége szignifikáns különbséget mutat a két csoport között. A tetovált alanyok szüleinek iskolai végzettség szignifikánsan alacsonyabb volt az apák ( $U(71)= 2093.00$ ,  $Z= -2.133$ ,  $p=0.033$ ) és az anyák tekintetében egyaránt ( $U(71)= 1916.50$ ,  $Z= -2.918$ ,  $p=0.004$ ).

Vizsgálatomban elemzést végeztem a két csoport káros szenvedélyekkel kapcsolatos szokásaira vonatkozóan. Az alkoholfogyasztás és a dohányzás rendszerességét tekintve tendencia szintű különbséget találtam a tetovált és a kontroll csoport között, amelyet a Mann-Whitney próba segítségével ellenőriztem. A tetováltak tendencia szinten kevesebb alkoholt fogyasztanak, mint a kontroll csoport ( $U(144)=2188.50$ ,  $Z= -2.133$ ,  $p=0.068$ ), ugyanakkor többet dohányoznak a kontroll csoporthoz képest ( $U(144)=2181.50$ ,  $Z= -1.824$ ,  $p=0.084$ ). A kábítószer fogyasztást illetően nem találtam szignifikáns különbséget a két csoport között ( $U(144)=2573.50$ ,  $Z= -0.091$ ,  $p=0.927$ ). A nemek szerinti megoszlás alapján, a tetovált férfiak szignifikánsan

többet dohányoznak, mint a kontrollcsoport férfi tagjai (lásd 3. táblázat). A kábítószer és az alkoholfogyasztás nem mutatott szignifikáns eltérést a két csoport férfi tagjai között.

3. táblázat. A férfiak káros szenvedély szokásai (\*  $p < 0.05$ )

Férfiak	Tetováláshalmazók	Kontroll			
	N = 39	N=40			
	Mean Rank	Mean Rank	U	Z	P
Alkoholfogyasztás	38.44	41.53	719.00	-0.727	0.467
Cigarettafogyasztás	45.69	34.45	558.00	-2.322	0.020*
Kábítószerfogyasztás	40.45	39.56	762.50	-0.225	0.822

A nők esetében a férfiaktól eltérően nem mutatott szignifikáns különbséget a dohányzás, az alkoholfogyasztás pedig tendencia szintű eltérést mutatott (lásd 4. táblázat). A tetováláshalmazó nők tendencia szinten kevesebb alkoholt fogyasztanak, mint kontrollcsoport nő tagjai.

4. táblázat. A nők káros szenvedély szokásai (\*  $p < 0.05$ )

Nők	Tetováláshalmazók	Kontroll			
	N = 32	N=33			
	Mean Rank	Mean Rank	U	Z	P
Alkoholfogyasztás	28.70	37.17	390.50	-1.941	0.052
Cigarettafogyasztás	32.66	33.33	517.00	-0.151	0.880
Kábítószerfogyasztás	32.30	33.68	505.50	-0.363	0.717

Vizsgálatomban kíváncsi voltam arra, hogy vajon a tetováláshalmazó és a kontrollcsoport között kimutatható-e a Big Five és az Eysenck-féle kérdőív által mért személyiségdimenziókban különbség. Elsőként a Big Five személyiségteszt eredményeit kívánom ismertetni.

A Big Five teszt elemzéséből 6 tetováláshalmazó és 4 kontroll személy került kizárásra a hazugságskálán elért eredményeik alapján. A Big Five öt dimenzióján belül az érzelmi stabilitás dimenzió ( $t(132) = -2.016$ ,  $p = 0.046$ ) mutatott szignifikáns eltérést (lásd 5. táblázat).

5. táblázat. A Big Five személyiség kérdőív 5 fődimenziója során elért eredmények a tetovált és kontroll csoport tekintetében (\*  $p < 0.05$ ,  $df = 132$ )

	Tetováláshalmazók N=65		Kontroll N=69		T	p
	M	S.D.	M	S.D.		
Energia	81.52	12.068	79.86	11.819	0.808	0.420
Barátságosság	77.14	11.152	79.77	10.891	-1.381	0.170
Lelkiismeretesség	81.52	13.152	80.67	11.565	0.403	0.688
Érzelmi stabilitás	64.97	16.878	70.48	14.741	-2.016	0.046*
Nyitottság	82.51	12.018	85.03	10.819	-1.278	0.204

A Big Five impulzus kontroll aldimenzióban ( $t(132) = -2.205$ ,  $p = 0.029$ ) szignifikáns különbség, az udvariasság aldimenzióban ( $t(132) = -1.782$ ,  $p = 0.077$ ) tendencia szintű különbség volt. A többi aldimenzió nem mutatott eltérést a tetovált és a kontroll csoport között (6. táblázat).

6. táblázat. A Big Five személyiség kérdőív tetovált és kontroll csoport eredményei (\* $p < 0.05$ ,  $df = 132$ )

		Tetováláshalmazók N=65		Kontroll N=69		t	p
		M	S.D.	M	S.D.		
Energia	Dinamizmus	42.26	7.530	41.46	7.202	0.627	0.532
	Dominancia	39.26	5.990	38.39	6.341	0.816	0.416
Barátságosság	Együttműködés	42.48	5.964	43.13	5.474	-0.661	0.510
	Udvariasság	34.66	6.370	36.64	6.458	-1.782	0.077
Lelkiismeretesség	Pontosság	38.55	8.489	38.48	7.421	0.055	0.956
	Kitartás	42.97	7.004	42.19	6.383	0.675	0.501
Érzelmi stabilitás	Emocionális kontroll	34.46	9.926	37.03	9.237	-1.551	0.123
	Impulzus kontroll	30.51	8.224	33.45	7.208	-2.205	0.029*
	Kultúra	41.45	7.382	43.12	6.749	-1.368	0.174
Nyitottság	Élmények	41.06	6.164	41.91	5.764	-0.026	0.979

Az Eysenck-féle személyiség kérdőív azt mutatják, hogy mind az extroverzió/introverzió ( $t(142) = 1.797$ ,  $p = 0.074$ ), mind pedig a neuroticizmus dimenzióban ( $t(142) = 1.744$ ,  $p = 0.083$ ) tendenciaszintű különbség mutatható ki a két csoport között. A pszichoticizmus dimenzióban ugyanakkor ( $t(142) = 2.482$ ,  $p = 0.014$ ) szignifikánsan magasabb értéket ért el a tetovált csoport a kontrollhoz képest (7. táblázat).



7. táblázat. Eysenck-féle személyiség kérdőív eredményei a tetováláshalmazók és a kontroll csoport tekintetében (\* $p < 0.05$ ,  $df=142$ )

	Tetováláshalmazók N=71		Kontroll N=73		t	P
	M	S.D.	M	S.D.		
Extroverzió/Introverzió	14.16	3.144	13.15	3.527	1.797	0.074
Neuroticizmus	10.93	5.370	9.32	5.727	1.744	0.083
Pszichoticizmus	3.52	2.612	2.53	2.141	2.482	0.014*

További elemzéseket végeztem a tetovált és kontrollcsoport énképére vonatkozóan. Nem találtam különbséget a tetováltak énkép átlaga (3.40 SD=0.771), és a kontrollcsoport énkép átlaga (3.26 SD=0.800) között ( $t(142)=1.035$ ,  $p=0.302$ ). Nem mutatott szignifikáns különbséget a testkép átlagok sem a tetovált (3.20 SD=0.778), sem a kontrollcsoport (3.26, SD=0.797) tekintetében ( $t(142) = -0.497$ ,  $p=0.620$ ).

Vizsgálatomban végül a tetovált személyek motivációs tényezőit kívántam feltárni. A khi-négyzet próba alapján nem mutatott szignifikáns különbséget a motiváció a két nem között, ugyanakkor rávilágított arra, hogy az érettség, mint motiváló tényező tendenciaszinten (khi-négyzet= 3.818,  $df=1$ ,  $p=0.051$ ) meghatározóbb volt a nők számára (8. táblázat).

8. táblázat. A nemek motivációja khi-négyzet próbával összehasonlítva ( $df=1$ )

	Khi-négyzet	p
Önkifejezés	0.035	0.852
Egyediség	0.104	0.747
Lázadás	2.405	0.121
Függetlenség, önállóság kifejezése	0.004	0.951
Érettség	3.818	0.051
Különbözőség kifejezése	2.534	0.111
Legyen egy szépségjelem, szexepilem	0.472	0.492
Emlékeztessen egy eseményre az életemből	0.348	0.555
Közeli barátomhoz hasonlítani	0.174	0.676
Elkötelezettség egy csoport felé	1.467	0.226
Megmutatni, hogy ura vagyok a testemnek	0.472	0.492
Csak a kinézet kedvéért	0.001	0.978
Nem tudom	0.832	0.362
Egyéb	0.104	0.747

A tetováláshalmozás legkedveltebb motivációja nemtől függetlenül az „önkifejezés”, majd ezt követi nemenként eltérő sorrendben az „egyediség” és „az emlékeztessen egy eseményre az életemből” faktor (9. táblázat). A férfiaknál megjelenik a lázadás, nőknél pedig a különbözőség kifejezése, mint meghatározó tényező.

9. táblázat. A tetoválás motivációs háttere összesített és nemek közti megoszlása

Összesített N=71		Férfiak N=39		Nők N=32	
Motiváció	%	Motiváció	%	Motiváció	%
Önkifejezés	68%	Önkifejezés	67%	Önkifejezés	69%
Emlékeztessen egy eseményre az életemből	54%	Egyediség	54%	Emlékeztessen egy eseményre az életemből	59%
Egyediség	52%	Emlékeztessen egy eseményre az életemből	49%	Egyediség	50%
Függetlenség, Önállóság kifejezése	25%	Lázadás	31%	Különbözőség kifejezése	31%
Lázadás	24%	Függetlenség, Önállóság kifejezése	26%	Függetlenség, Önállóság kifejezése	25%
Különbözőség kifejezése	23%	Egyéb	18%	Legyen egy szépségjelem, szexepilem	19%
Egyéb	18%	Különbözőség kifejezése	15%	Egyéb	19%
Legyen egy szépségjelem, szexepilem	15%	Elkötelezettség egy csoport felé	15%	Lázadás	16%
Csak a kinézet kedvéért	14%	Legyen egy szépségjelem, szexepilem	13%	Csak a kinézet kedvéért	16%
Elkötelezettség egy csoport felé	11%	Csak a kinézet kedvéért	13%	Érettség	9%
Megmutatni, hogy ura vagyok a testemnek	8%	Megmutatni, hogy ura vagyok a testemnek	10%	Elkötelezettség egy csoport felé	6%
Érettség	4%	Közel barátomhoz hasonlítani	3%	Megmutatni, hogy ura vagyok a testemnek	6%
Közel barátomhoz hasonlítani	3%	Nem tudom	3%	Közel barátomhoz hasonlítani	3%
Nem tudom	1%	Érettség	0%	Nem tudom	0%

## Megvitatás

A posztstrukturalista megközelítés szerint az emberi test nem tekinthető eleve adott realitásnak, a testek nem születnek, hanem gyártódnak. Születésünktől halálunkig életünket egy test lakójaként éljük le (Csabai és Erős, 2000). A modernizáció kialakított egy „új világképet”, mely mind testünkre, mind mentalitásunkra hatással van (Pikó, 2003). A személyes identitás „szabad választás” eredménye, kialakítása, fenntartása és stabilizálása a modern ember számára problémává vált. Az én „de-divinizálásának” következménye lehet, hogy a test sokkal inkább az én-identitás részévé válik (Csabai és Erős, 2000).

A tetoválás és a piercing is összehozható a posztmodern társadalmakban kitolódott serdülőkorral és annak identitáskrizisével (Kaldeneker és Pikó, 2005). A tetoválás egyfajta kommunikációs eszközként funkcionálhat az érzelmek kifejezésére, amely elősegít-

heti a problémák érzelmi feldolgozását (Atkinson, 2001.). Kutatásomban célom volt feltérképezni a bőr akaratlagos, az állandó pigmentáció megváltoztatását előidéző tetoválásgyűjtés mögött meghúzódó személyiség dimenziókat, testkép, énkép megítélésüket, illetve magát a tetoválásgyűjtést motiváló főfaktorokat.

Az eredményeim alátámasztják hipotézisemet, miszerint a tetováláshalmozók szüleinek iskolai végzettsége alacsonyabb, illetve Grumet (1983.) által leírt alacsonyabb szocio- ökonómia státuszt. A káros szenvedélyekre vonatkozó eredményeim nem mutattak szignifikáns különbséget, továbbá ellentmondanak az előítéleteknek és eltérnek korábbi kutatások eredményeitől (Forbes, 2001; Roberts és Ryan, 2002) Az alkoholfogyasztás és a dohányzás vizsgálata során tendencia szintű különbséget találtam. A cigarettafogyasztás alapján elmondható, hogy a tetováláshalmozók tendencia szinten gyakrabban fogyasztanak cigarettát, mint a tetoválatlan kontroll csoport. Forbes (2001) kutatásában, eredményeimtől eltérően, azt találta, hogy a testmódosítást viselő férfiak és nők rendszeresebben fogyasztanak alkoholt és marihuánát, mint a piercinget/tetoválást nem viselő társaik. Eredményeim a nemek szerinti kábítószer-fogyasztásban nem mutattak különbséget az alkohol esetében pedig elmondható, hogy a sztereotípiával ellentétben a tetováláshalmozó nők tendencia szinten kevesebb alkoholt fogyasztanak. A tetováláshalmozó férfiak szignifikánsan többet dohányoznak, a tetováláshalmozó nők dohányzási szokása pedig nem mutat különbséget a tetoválatlan kontroll csoporthoz képest. Ezek az eredmények további eltérést mutatnak Forbes (2001) eredményeitől, aki kutatásában a nők dohányzási szokásában talált különbséget.

Hipotézisemet alátámasztó különbséget a Big Five érzelmi stabilitás dimenziója mutatott. Az érzelmi stabilitás dimenzió emocionális kontroll aldimenziójában nem, az impulzivitás kontroll aldimenziójában viszont különbséget találtam a két csoport tekintetében. Ez alapján elmondható, hogy a tetováltak düh és ingerlékenység szabályozása alacsonyabb a kontroll csoporthoz képest. A Big Five aldimenzióinak további elemzésénél tendencia szintű különbséget találtam az udvariasság aldimenzióban. mely alapján a tetováláshalmozók engedelmességének mértéke alacsonyabb. A Big Five elemzése során kapott eredményeim eltérést mutattak a külföldi eredményektől. Forbes (2001) vizsgálata során nem talált szignifikáns eltérést a fődimenziók között, Wohlrab és munkatársai (2007a) a barátságosság

fődimenzióban, míg Nathanson és munkatársai (2006) az élményekre való nyitottság aldimenzióban talált különbséget a testmódosított, illetve a testmódosítást nem viselő csoport között. Vizsgálatom eredményeinek eltérése valószínűleg a tetováláshalmozás jelenségével magyarázható, mivel kutatásomban a szakirodalmaktól eltérően (Copes és Forsyth, 1993; Forbes, 2001; Nathanson, 2006; Roberts és Ryan, 2002; Wohlrab és mtsai 2007a;) csak tetováláshalmozó személyek vettek részt. Így nem kerültek be a vizsgált csoportba a kisebb, illetve egy-két mintával rendelkező tetovált személyek, továbbá a tetoválást nem vagy egyéb testmódosítást viselő személyek. A szakirodalommal megegyező eredményt a tetováláshalmozó és kontrollcsoport énkép, testkép megítélése mutatott. Forbes (2001) kutatásához hasonló nem találtam eltérést a két csoport énkép, testkép átlagai között.

Kutatásom a korábbi szakirodalmak kutatásait kiegészítette az Eysenck-féle személyiség kérdőívvel. Az Eysenck-féle személyiség kérdőív egy érzékenyebb eljárásnak bizonyult, mivel minden dimenziója vagy szignifikáns vagy tendenciális különbséget mutatott. A kérdőív pszichoticizmus skálája alapján elmondható, hogy szignifikáns különbség figyelhető meg a tetováláshalmozó és a kontrollcsoport között. A pszichoticizmus dimenzió arra utal, hogy a tetováláshalmozó csoportra az impulzivitás, egocentrizmus és a szokatlan emberek, dolgok kedvelése a jellemzőbb. A tetováláshalmozók tendencia szinten magasabb pontszámot értek el az extroverzió és a neuroticizmus dimenzióban egyaránt.

A tetoválás motivációs hátterénél különbség figyelhető meg a magyar motivációk és a szakirodalomban leírt nemzetközi motivációk között. Hipotézisem az „önkifejezés” terén igaznak bizonyult, viszont a „csak a kinézet kedvéért” motiváló tényező nem volt meghatározó. A legtöbbet jelölt motivációs faktor az „önkifejezés”, az „egyediség” és az „emlékeztessen egy eseményre az életemből” opciók voltak. A tetoválások önkifejezés motiváció mögött meghúzódhat, hogy az önkifejezés igénye megnőtt (Kiss és Pikó, 2004). A reklámok és a mesterségesen alakított szükségletek tömegszimbólumokat alakítanak ki és ez a fajta uniformizálódás az egyéniség elvesztéséhez, dezindividualizációhoz vezethet (Pikó, 2003). Motivációs eredményeim megegyeznek Kaldenekker és Pikó (2005) által végzett magyar tetoválási motivációs kutatással, mely szerint a megkérdezettek többségének fontos volt, hogy a felkerülő minta kifejezze viselője

egyéniségét, személyiségét és életének egy meghatározó részét. Forbes (2001) amerikai felméréséhez képest a „csak a kinézet kedvéért” és a „különbözőség kifejezéséért” nemtől függetlenül nem szerepelt az öt leginkább motiváló tényező között. Mintámban a „különbözőség kifejezéséért” opció a nőknél a negyedik, míg a férfiaknál csak a hetedik meghatározó tényező volt. Forbes (2001) amerikai mintájával ellentétben a négy legmeghatározóbb motiváció közé, nemtől függetlenül az „emlékeztessen egy eseményre az életemből”, illetve a férfiaknál a „lázadás” faktor került. Annak ellenére, hogy a nőknél a tetoválás testük valamelyik erotikus részére vonatkozó figyelemfelkeltésének tekinthető, hiszen ezzel kívánják felhívni nőiességükre és önbizalmukra a figyelmet (Atkinson, 2004), a szexualitás fontossága az általam vizsgált női mintában csak a hatodik legmotiválóbb tényezőként jelent meg.

Összességében elmondható, hogy a tetoválás továbbra sem tekinthető sporadikus jelenségnek. Az ősi, közösségi társadalmak és napjaink „dinamikus, nyitott” társadalmában eltérő a tetoválást életre hívó szükséglet. Nem ugyanazt a funkciót tölti be ez a szokás, illetve intenzitása is eltérő. Nincs olyan fogalmi háló, mely a tetoválást egyértelműen el tudja helyezni a társadalmi struktúrákban, továbbá egyetlen pszichológiai iskola fogalomrendszere sem alkalmas a jelenség globális leírására (Solymosi, 1987). A tetoválás története hazai viszonylatban évszázados múltra nyúlik vissza, mindazonáltal a témában fellelhető magyar források száma igen csekély, illetve ezek jelentős része idegenkedve tekint a tetoválásra. A tetoválás és egyéb testmódosító eljárások világszerte, köztük hazánkban is egyre nagyobb teret hódítanak, ennek ellenére kevés információval rendelkezünk a tetoválást viselő/halmozó személyiségről, viselkedésről.

Kutatásomban a tetoválási jelenségen túl a halmozói személyiséget és motivációt kívántam feltárni, vizsgálni. Hipotézisem igaznak bizonyult a szocioökonómiai státusz tekintetében, az érzelmi stabilitás és a pszichotizmus tekintetében. Az alacsonyabb szocio-ökonómiai státusz egy külső meghatározó tényezője lehet a tetováláshalmozásnak. Eredményeim nem támasztották alá a káros szenvedélyek fogyasztására, alacsonyabb énkép, testkép megítélésre vonatkozó előfeltevéseimet. A magyar motivációs eredmények az ego-kifejezés, önérvényesítési, illetve az időstrukturálás szükséglet fontosságát mutatta. Az esztétikai, illetve az affiliációs, identifikációs szükséglet nem volt meghatározó faktor. A tetoválás önkifejező motivációja

mögött meghúzódhat a modern uniformizálódó világ identitáskrizése. Fisher (2002) szerint az ember önmagáról alkotott képe, testéhez, kultúrához, világhoz való viszonya átalakulóban van. A tetoválás teret adhat közösségi mítoszok és egyéni mítoszok megszületésére egyaránt. Erősíti az identifikációt és az integrációt azáltal, hogy egy „végleges közösségre találás óhaját szimbolizálja” (Solymosi, 1987). Az általam vizsgált mintában résztvevő alanyok saját bevalásuk szerint, inkább a self-kifejezését, önállóságot, egyediségüket szerették volna elsődlegesen kifejezni, a csoporthoz, barátokhoz való elkötelezettség helyett. Mind a motivációs, mind a személyiség tesztek során elért eredmények bizonyos mértékig hasonlónak bizonyultak a külföldön kapott eredményekhez, ami részben a tetováláshalmozással, részben a kulturális különbségekkel magyarázható.

## Kitekintés

Kutatásomban problémát jelentett a célcsoport elérhetősége, mivel a bevonási kritériumaim leszűkítették a lehetséges mintát. További nehézséget jelentett az elemzés során a két csoport iskolai végzettsége közötti különbség pontos megállapítása. A magyar kutatások többsége a tetoválás motivációját, illetve magát a tetoválás jelenségét interjú módszerrel kutatja, kevés az olyan kutatás, ami statisztikailag elemezhető személyiségteszteket használ. A források által leírtakban a résztvevő alanyok egy vagy két tetoválást vagy csak piercinget magában foglaló testmódosítással rendelkeztek. Kutatásom egy újszerű nézőpontból, a tetováláshalmozás jelenségén keresztül közelítette meg a tetováláskutatást. Terveim között szerepel a vizsgálatom kibővítése mind alanszám, mind módszerek terén. Az alanszám bővítése lehetőséget nyit a tendencia szintű eltérések feltárásában, illetve az adatok megbízhatóságában. Az énkép, testkép teszt eredménye felvetette bennem azt a kérdést, hogy a tetováláshalmozás mennyiben változtatta meg a tetovált személyek saját testének, illetve énének szemlélését. Felkeltette az érdeklődésemet, hogy vajon alanyaim saját belátásuk szerint másként ítélték-e meg a test és az énképüket a tetoválásaik előtt. Céloom a tetováláshalmozás témájában való elmélyülés, továbbá szeretném felmérni a tetoválással kapcsolatos sztereotípiák milyenségét hazai mintán, mind a közéletben, mind a munkahelyen egyaránt. Újabb objektív, illetve projektív módszerek bevonásával kívánom tovább vizsgálni a tetováláshalmozás



motivációja mögött meghúzódó személyiséget. Úgy gondolom, hogy a tetováláshalmozás kutatása során kapott eredményeim összevetési kiindulópontot jelenthetnek más, drasztikusabb testmódosító eljárások megismeréséhez, megértéséhez egyaránt.

## Irodalomjegyzék

Armstrong, M.L., Caliendo, C., és Roberts, A.E. (2006) Genital piercings: What is known and what people with genital piercings tell us. *Urologic Nursing*, 26, 173-180.

Atkinson, M. és Young, K. (2001). Flesh journey: Neo primitives and the contemporary rediscovery of radical body modification. *Deviant Behavior*, 22, 117-146.

Atkinson, M. (2002) Pretty in ink: Conformity, resistance, and negotiation in women's tattooing. *Sex Roles*, 47, 219-235.

Atkinson, M. (2004) Tattooing and civilizing processes: body modification as self-control. *Canadian Review of Sociology*, 41, 2, 125-146.

Bodrogi, T. (1987) A tetoválás etnológiája (A személyi művészet és műfajai). *Forrás*, 3, 110-142.

Brady, C. (1993) From punishment to expression: a history of tattoos in corrections. *Corrections Compendium*, 18, 9, 1-5.

Caliendo, C., Armstrong, M.L., és Roberts, A.E. (2005) Self-reported characteristics of women and men with intimate body piercings. *Journal of Advanced Nursing*, 49, 474-484.

Caprara, G.V., Barbaranelli, C., és Borgogni, L. (1993) BFQ Big Five Questionnaire. Firenze: OS.

Copes, J. és Forsyth, C. (1993). The tattoo: A social psychological explanation. *International Review of Modern Sociology*, 23, 83-89.

Craik, J. (1994) *The face of fashion: Cultural studies in fashion*. Routledge, London.

Csabai, M. és Erős, F. (2000) *Testthatárok és énhatárok*. Budapest, József Műhely Kiadó, Budapest.

Cserne, I. (1987) Indiánokat nem alkalmazunk! *Forrás*, 3, 69-82.



DeMello, M. (2000) *Bodies of inscription: A cultural history of the modern tattoo community*. Duke University Press, Durham.

Dorfer, L., és Moser, M. (1998) 5200-year-old acupuncture in central Europe? *Science*, 282, 239.

Eysenck, H.J. és Eysenck, S.B.G. (1975) *Manual of the Eysenck Personality Questionnaire*. Hodder és Stoughton, London.

Favazza, A.R. (1996) *Bodies under siege: self-mutilation and body modification in culture and psychiatry*. Johns Hopkins University Press, Baltimore.

Featherstone, M. (1999) Body modification: An introduction. *Body és Society*, 5, 1-13.

Fisher, J.A. (2002). Tattooing the body, marking culture, *Body és Society*, 8, 91-107.

Forbes, G. (2001) College students with tattoos and piercings: motives, family experiences, personality factors, and perception by others. *Psychological Reports*, 89, 774-786.

Fried, R.I. (1983) The psychodynamics of tattooing: A review. *Cleveland Clinical Quarterly*, 50, 239-242.

Greif, J., Hewitt, W., és Armstrong, M.L. (1999) Tattooing and body piercing. *Clinical Nursing Research*, 8, 368-385.

Grumet, G.W. (1983) Psychodynamic implications of tattoos. *American Journal of Orthopsychiatry*, 53, 482-492.

Helman, C.G. (2000) *Kultúra, egészség és betegség*. Melánia Kiadó, Budapest.

Hemingson, V. (2009) *Tetoválás. A testdíszítés művészete*. GABO Kiadó

Hicinbothem, J., Gonsalves, S. és Lester, D. (2006) Body modification and suicidal behavior. *Death Studies*, 30, 40, 351-363.

Hoppál, M. (1987) Test-jelek. *Forrás*, 3, 66-69.

Jeffreys, S. (2000) 'Body art' and social status: Cutting, tattooing and piercing from a feminist perspective. *Feminism és Psychology*, 10, 409-429.

Kaldenекker, M. és Pikó, B. (2005) A „piercing” és a „tattoo” világa – deviancia vagy divat? *Társadalomkutatás*, 23, 1, 149-170.

Kiss, A. és Pikó, B. (2004) Elidegenedett én a modern, fogyasztói társadalomban. *Valóság*, 46 ,7, 57-63.

Kovács, Á. (1987) A (test)művészet örök, avagy; Bevezetjük a tetoválást. *Forrás*, 3, 2-26.

Kunt, E. (1987) Van kép a bőrödön? *Forrás*, 3, 94-99.

Langford, R. (1996) The hole truth. *Nursing Times*, 92, 46-47.

Laumann, A.E. és Derick, A.J. (2006) Tattoos and body piercing sin the United States: a national data set. *Journal of the American Academy of Dermatology*, 55 ,3, 492-502.

Lautman, V. (1994) *The new tattoo*. Abbeville Press, New York.

Millner, V.S. és Eichold, B.H. (2001) Body piercing and tattooing perspectives. *Clinical Nursing Research*, 10, 424-441.

Moretti, M. (2008) Változó világunk- változó női szerepeink (Szerepproblémákról a családterapeuta szemével) *Pannonhalmi Szemle*, 16, 2, 69-88.

Myers, J. (1992) Nonmainstream body modification: Genital piercing, branding, burning és cutting. *Journal of Contemporary Ethnography*, 21, 267-306.

Nathanson, C., Paulhus, D.L. és Williams, K.M. (2006) Personality and misconduct correlates of body modification and other cultural deviance markers. *Journal of Research in Personality*, 40, 779-802.

Pikó, B. (2003) *Kultúra, társadalom és lélektan*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Pitts, V. (2003) *In the flesh – the cultural politics of body modifacation*. Palgrave Macmillan, New York.

Robert, T.A., és Ryan, S.A. (2002) Tatting and high-risk behavior in adolescents. *Pediatrics*, 110, 1058-1063.

Rooks, J.K., Roberts, D.J., és Scheltema, K. (2000) Tattoos: their relationship to trauma, psychopathology, and other myths. *Minnesota Medicine*, 83 7, 24-27.

Sanders, C.R. (1989) *Customizing the body: the art and culture of tattooing*. Temple University Press, Philadelphia.

Secord, P.F., Jourard, S.M. (1953) The appraisal of body-cathexis: Body Cathexis and the Self. *Journal of Consulting Psychology*, 17, 343-347.

Solymosi, K. (1987) Tetoválás motivációi. *Forrás*, 3, 59-66.

Susánszky, É. (2009) A magyar fiatalok életminőségének alakulása az elmúlt két évtizedben. Ph.D. értekezés (1100) Semmelweis Egyetem

Sperry, K. (1991) Tattoos and tattooing: Part I. History and methodology. *American Journal of Forensic Medicine and Pathology*, 12, 313-319.

Steward, S.M. (1990) *Bad boys and tough tattoos: a social history of the tattoo with gangs, sailors, and street corner punks, 1950-1965*. Harrington Park Press, New York.

Stirn, A. (2004) Designing the own body- narcissistic aspects of tattoos and piercings. *Psychotherapie im Dialog*, 3, 256-260.

Stirn, A. (2004) Motivations of tattooed and pierced for their body modifications. *Zeitschrift für Klinische Psychologie, Psychiatrie und Psychotherapie*, 51, 43-58.

Sutherland, E.H. (1937) *The Professional Thief*. University of Chicago Press, Chicago.

Sweetman, P. (1999) Anchoring the (postmodern) self? Body modification, fashion and identity. *Body and Society*, 5, 51-76.

Turner, B.S. (1999) The possibilities of primitiveness: Towards a sociology of body mark sign cool societies. *Body and Society*, 5, 39-50.

Vail, A.D. (1999) Tattoos are like potato chips... you can't have just one: the process of becoming and being a collector. *Deviant Behavior*, 20, 3, 253-273.

Vale, V. és Juno, A. (1989) *Modern primitives: An investigation of contemporary adornment and ritual*. SF:Re/Search, San Francisco.

Winchel, R.M. és Stanley, M. (1991) Self-injurious behavior: A review of the behavior and biology of self-mutilation. *American Journal of Psychiatry*, 148, 306-317.

Wohlrab, S., Stahl, J., Rammsayer, T., és Kappeler, P.M. (2007a) Differences in Personality Characteristics Between Body-Modified and Non-Modified Individuals: Associations with

Individual Personality Traits and Their Possible Evolutionary Implications. *European Journal of Personality*, 21, 931-951.

Wohlrab, S., Stahl, J., és Kappeler, P.M. (2007b) Modifying the body: Motivations for getting tattooed and pierced. *Body Image*, 4, 87-95.

Wright, J. (1995) Modifying the body: Piercing and tattoos. *Nursing Standard*, 10, 27-30.

Wroblewski, C. (2004) *A tetoválás nagykönyve*. TOTEM Kiadó, Budapest.

**Horvát M. Tünde**  
**Költözés és honvágy diákkorban**

A nemzetközi diákmigráció méretei vonatkozásában a szakirodalomban mérvadónak minősülő Boehm és munkatársai (2002; idézi Fülöp és Sebestyén, 2011) által végzett számítások szerint a századfordulón mintegy 1,8 millió diák vett részt felsőoktatásban otthonától távol, külföldön. A napjainkban is tapasztalható növekvő tendenciát alapul véve a szerzők azt jósolják, hogy 2025-re ez a szám elérheti a 7,2 milliót.

Jelen tanulmánynak nem célja a diákmigráció országos szintű elemzése, helyette a Dél–Alföldi régióra jellemző nemzetközi diákfluktuációs adatok képezik a munka számszerűsített kiindulási pontját. A Magyarországról induló hallgatói fluktuáció jelenségének regionális szegmensével, a Szegedi Tudományegyetem hallgatói és oktatói egyaránt szinte napi rendszerességgel találkozhatnak a néhány hónapig ösztöndíjjal külföldön tanuló magyar diákokat érintő adminisztratív és személyes kérdések formájában. A nemzetközi diák és oktatócserét lehetővé tevő Erasmus program 1998-as elindulása óta csak a Szegedi Tudományegyetem hallgatói közül 2915 fiatal 14 378 hónapot töltött Erasmus ösztöndíjjal külföldön<sup>1</sup>. A hallgatók által leggyakrabban választott 26 célország közül a legnépszerűbbek: Németország, Olaszország és Franciaország. A bejövő hallgatók származása tekintetében is az előbbi országok vezetnek, eltérést csupán az országok sorrendjében tapasztalhatunk, miszerint az említett időszakban Olaszországból, Franciaországból és Németországból érkezett a legtöbb hallgató a Szegedi Tudományegyetemre. Kari bontásban a legtöbbet külföldre utazók a BTK, majd az ÁJTK és a JGYPK hallgatói<sup>2</sup>.

### **A költözés „súlya”**

A lakóhely-változtatás pszichológiai szakirodalma a migrációt – ebbe beleértve a diákok lakóhely-változtatását is – egy *nagy jelentőségű életépítődnak* (vö. Diamant, 2007; Marlin, 2007) tekinti, ami magában foglalja egyének és csoportok átköltözését egyik földrajzi helyről és kultúrából egy másikba, ami szinte az életük összes terüle-

---

1 Forrás: <http://www.u-szeged.hu/hirek/2012-februar/szte-hallgatokent-tanulj?objectParentFolderId=4152>

2 Forrás: [http://www2.u-szeged.hu/erasmus/statisztika/statisztika\\_hallgatok.html](http://www2.u-szeged.hu/erasmus/statisztika/statisztika_hallgatok.html)

tére kihat (vö. Holmes és Rahe életesemény skála; Bierbauer & Peder- sen, 1996). Számos kutató (Ward, Bochner és Furnham, 2001), valamint a migránsok pszichológiai segítségével foglalkozó gyakorlati szakem- berek (pl. Marlin, 2007) között egyetértés alakult ki arra vonatkozóan, hogy a migráció folyamatának szociális és térbeli beilleszkedési/il- lesztési aspektusai, valamint a mindennapok során gyors egy- másutániságban felbukkanó változtatás iránti követelményei foko- zottan veszik igénybe az egész személyiséget, krízisprovokáló ha- tásúak, ezáltal a migráció a személyiség egészét leginkább megterhelő életesemények közé sorolandó. A migráció által indukált élethely- zetekkel való megküzdést például Marlin (2007) az egész életpályán átívelő „életprogramnak” tekinti.

### Költözés és helyvesztés

Életünk színterei, territóriumai, eltérő fontosságúak (Alt- man, 1975), egyes helyek, pl. otthon, környék, szülőváros, szülőföld<sup>3</sup> – ismerősségük által – biztonságérzést, kompetencia és autonómia élményt keltenek bennünk. Költözéseink során kilépünk ebből a szelf védelmét szolgáló környezetből, az így elinduló változások veszteségélmények sorozatát eredményezik. A helyvesztés-élmény megfogalmazódásának gyökerei már Freud (1917/1997) gyászde- finíciójában fellelhetők, amidőn a gyászt rendszerint valamely szere- tett személy, illetve esetlegesen valamely „*helyébe lépő absztrakció pl. haza, szabadság, eszmény stb.*” (i. m.: 131; kiemelés tőlem) elvesz- tésére adott reakcióként írja le. A helyvesztés élményének artikulá- lása a pszichológiai szakirodalomban a 60-as években vette kezde- tét, amikor is Fried (1963) pszichodinamikus elméletében rávilágított a helyvesztés és a fontos személyek elvesztésének hatására létrejövő gyázmunka párhuzamára. A helyvesztés élményének környezet- pszichológiai magyarázata szerint a – szűken, illetve tágan értelme- zett – otthoni környezet elhagyásával kilépünk egy olyan színtérből, ami ismerősségével és intimitásával véd, valamint autonómiaérzést biztosít számunkra (Dúll, 1995). Egy fontos hely elhagyása szaka- dást eredményez a folytonosságélményben (Fried, 1963), mivel elválasztja „egymástól az identitás egyébként szoros összefüggésben

3 Dúll és Urbán (1997) felhívták a figyelmet az érzelmileg jelentős helyek, nyelvi megnevezésében tükröződő az érzelmi hangsúlyra, amint pl. anyaföld, szülőföld, szülőváros, édes otthon stb.

levő komponenseit, a téri és a csoportidentitást” (Dúll, 2002, 50 old). Mint arra egyebütt (Horvát, Dúll és László, 2006) már utaltunk, saját migrációkutatási paradigmánkban, a származási helytől való elszakadás és az új környezethez való alkalmazkodás lélektani vonatkozásainak feltérképezése során, kiemelt szerepet tulajdonítunk a hely- és a csoportidentitás struktúrájában szükségszerűen lejátszódó változások megragadásának és megértésének.

Napjainkra a környezetpszichológiában a helyvesztés sokrétűen kutatott témává nőtte ki magát (lásd Dúll, 2009a). A téma egyik alapja az emberi territoriális viselkedés pszichológiája. Altman (1975) szerint az ember számára pszichológiailag leginkább kitüntetettek az elsődleges territóriumok (elsősorban az otthon). E területek felett a személy teljes kontrollt él meg. A másodlagos territóriumok lélektanilag nem ennyire központiak, mivel kisebb mértékben állnak a használók kontrollja alatt. Ezeknek a helyeknek van nyilvánosságuk, de egyúttal privátak is, például ilyen lehet a lakás előtti utcarész, vagy bizonyos értelemben a szülőváros, illetve az egész szülőföld. A szakirodalomban egybehangzó elfogadást és alátámasztást nyertek Tuan (1974) gondolatai, miszerint mind az elsődleges, mind a másodlagos territóriumok elvesztése, tényleges vagy pszichológiai megsemmisülése, a fontos társak elvesztéséhez hasonló gyászt hív elő. A migráció során keletkezett veszteségek meggyászolása pedig az új környezetbe való beilleszkedés zálogának tekinthető (Volkan, 1999; Ward és Styles, 2005; Horvát et al., 2006).

Korábbi kutatásaink során (lásd részletesen Horvát et al., 2004, 2005, 2006) egy háromszakaszos modellt dolgoztunk ki, a migráció során lejátszódó a lakóhelyelhagyás hatására keletkező helyvesztés-élmény feltérképezésére, életünk jelentős személyeinek elvesztését követő normál gyász munka folyamatát alapul vevő (lásd Pilling, 2003). A lakóhelyelhagyást követő veszteség-feldolgozást leíró modellünkben a veszteség első stádiumát az *el nem fogadás és tudomásul nem vétel* jellemzi. A második stádium a *tudatosítás* szakasza, amelyben egy időben lehetnek jelen az elhagyott helyhez való kötődés és/vagy az elutasítás jellegzetességei. A harmadik stádiumban történik meg a veszteség okozta *élmények személyiségbe történő integrációja*. Lakóhelyüktől távol tanuló diákokkal végzett vizsgálataink eredményeink arra engednek következtetni, hogy a fontos társak elvesztését követően fellépő gyász munka időbeli lefutása, súlyossága és az egyes veszteség-feldolgozási szakaszok meglétének vagy



hiányának jellegzetességei tekintetében tapasztalható jelentős egyéni eltérések a helyvesztést követően is megnyilvánulnak.

## A honvágy

Az időleges vagy tartós otthonvesztés egyik pszichológiai élménymegfelelője a *honvágy* (Eurelings-Bontekoe et al., 1996; van Tilburg et al., 1997, 1999). Becslések szerint az átlagnépesség 50-97%-a élete során legalább egyszer érez honvágyat (van Tilburg et al., 1999), gyakran már néhány napos külföldi tartózkodásunk idején is megtapasztalhatjuk azt a jelenséget, hogy a mindennaposnál erősebb a hazaszeretetünk, sőt egyfajta sajátos kapcsolódási igény ébred bennünk, azokkal az emberekkel, akikkel egy helyről jöttünk.

Ezt példázza egy korábbi kvalitatív vizsgálatunk (Horvát et al., 2005), amely során a helyvesztés élmény feldolgozási mintázatait vizsgáltuk szegedi egyetemi hallgatókból álló mintán. A vizsgálati mintát 76 diák alkotta, valamennyien a Szegedi Tudományegyetem nappali tagozatos hallgatói, kivétel nélkül magyar nemzetiségűek, és tanulmányaik folytatása érdekében hagyták el szülővárosukat. Vizsgálati mintánk a lakóhely-változtatás típusa szerint két alcsoportból állt össze: 50-50% (azaz 38-38 fő) volt a határon belüli és a határon át történő lakóhely-változtatók részvételi aránya. A minta nemi megoszlása 35 férfi, 45 nő. Életkoruk szerint 18-27 év közöttiek (átlag=21,51, szórás=1,97). A résztvevők, 1.-10. évüket töltötték Szegeden átlag=2,98, szórás=1,97). Projektív módszerünk eszközét, egy mondatbefejezésen alapuló kérdőív képezte. Eredményként azal találkoztunk, hogy a vizsgálati személyek túlnyomó többsége (69 fő; 90,8%-a) megfogalmazott a lakóhely-változtatáshoz fűződő *vesztésélmény szakaszait tükröző gondolatokat*. A két vizsgálati csoport (határon át ill. határon belül költözők) szignifikáns mértékben<sup>4</sup> különbözött a veszteségélménnyel való megküzdésben. A határon át történő lakóhely-változtatók mondatbefejezései a helyvesztést követő gyász-munka korai stádiumát jelző tartalmi kategóriákba voltak sorolhatók. Az eredmények alapján arra következtethetünk, hogy a tagadás, az elutasítás és az ambivalens viszonyulás stádiumai valószínűleg gátolják a lakóhely-változtatás során elvesztett hely-és csoportidentitás elemeinek személyiségbe történő integrációját. A lakóhely-változtatás

---

4 A Khí-négyzet próba értéke:  $\chi^2(5)=20,02$ ;  $p=0.001$ .

két típusa közötti eltérés feltehetően az országhatár szimbolikus és tényleges jelentőségével (territoriális jelentés) magyarázható. Az elhatároló funkció, fokozza a „gyökerezettség” érzésének veszteségét.

Az iménti vizsgálat eredményei rámutatnak arra, hogy az ismerős helyek elvesztés élményének megjelenéséhez, nem feltétlenül kell átlépnünk országhatárt. A honvág élményének egyetemes ismerőssége lehet az oka annak, hogy elaborációja eredményeként megannyi művészeti alkotás látott napvilágot. Az irodalmi szövegekben például az óvodáskori meséktől<sup>5</sup> a felnőtt irodalomig<sup>6</sup> árnyaltan jelenítődik meg a honvág élményköre, de számtalan dalszövegben (pl. népdalok) is alapélményként jelenik meg. Ezzel szemben a jelenséget vizsgáló tudományos szakirodalom nagyon gyér és szétszór (van Tilburg at al., 1999; Vingerhoets, 2005). A szakirodalmi alulreprezentáltság egyik lehetséges magyarázataként említi Vingerhoets (2005) a jelenség szociálisan nem kívánatos voltát. Ez a feltételezés egybecseng azzal a ténnyel, hogy a honvágyra a XVIII. századtól kezdődően patológiaként tekintettek (Furnham, 2005). Számos szerző a lakóhelyelhagyást követően fellépő *reaktív depresszió*nak minősíti (áttekinti van Tilburg, 1999). Mások (például Ward és Styles, 2005) a honvágyat a szülőföld elhagyását követő *természetes gyászreakció*nak tekintik, megint mások (például Vörös, 1997) a honvág élményében megjelenő elvesztett otthon, valamint a hozzá fűződő szokások és értékrend túlértékelését a lakóhelyelhagyást követően szükségszerűen fellépő *gyázmunka elakadásaként* értelmezik. A honvágyra vonatkozó patologizáló látásmód áthatóságát és marandóságát támasztja alá az a tapasztalat, miszerint – a hétköznapi gondolkodásban és számos tudományos kutatásban is – a honvágyat a költözés potenciális negatív következményeként tartják számon (Scopellitti és Tiberio, 2010).

Áttekintő tanulmányában Vingerhoets (2005) megkérdőjelezi a honvág jelenségének pontos körülírhatóságát. Ennek fényében figyelemre méltó, hogy Furnham (2005) az alábbiak mentén összegezte a honvágyat átélő személy érzésvilágának kulcsmozzanatait: (a) túlnyomórészt az otthon gondolataival van elfoglalva; (b) szükségét érzi annak, hogy hazamenjen; az otthont jelentő (c) emberek, (d) helyek és dolgok elvesztése miatt szomorúságot, bánkódást érez; ehhez (e) általános boldogtalanságérzés társul; (f) betegségek jelentkezhetnek,

5 Például Kormos István: Vakod honvágyat érez

6 Például Márai írásai.

valamint (g) a személy azt érezheti, hogy új lakóhelyén nem igazodik el (deorientáltság).

## A honvágy típusai

A szakirodalomban több honvágy–tipológia is napvilágot látott.

Tartalomelemző munkájuk során van Tilburg és munkatársai (1999) a honvágy három típusát különítették el: (1) visszatérő honvágy (recurrent homesickness), amely patológiás jegyeket mutat; (2) meggyógyult, helyreállt honvágy (recovered homesickness), ami normálisnak, átlagosnak tekinthető alkalmazkodási nehézség; illetve tendenciaként kirajzolódni látszik a (3) a szabadság idején jelentkező honvágy (holiday homesickness), amely a megszokott, mindennapi rutinokkal való „szakítás”, az ezekből való ideiglenes kilépés eredményeként jelentkezik.

A honvágy természetéről és típusairól alkotott elképzelést árnyalja Bremer (szóbeli közlés; idézi Vingerhoets, 2005) klinikai tapasztalatai és az állatok kötődési viselkedése között létrehozott párhuzam alapján született honvágy–tipológiája. Eszerint a honvágy két típusa különíthető el: az egyik a macskatípusú (*cat-type homesickness*), a másik pedig kutyatípusú honvágy (*dog-type homesickness*). Míg a macska típusú honvágyban a fizikai környezethez való ragaszkodás manifesztálódik, addig a kutya típusú honvágyban az emberekhez fűződő erős kötődés jelenik meg.

A honvágy jelenségében – bármelyik oldalról nézzük is – megmutatkozik a helykötődés sérülése: azaz a megszokott, biztonságot nyújtó kontextus elvesztésének, a társas és környezeti elkülönülésnek az élménye. A helykötődés (többszöri) pozitív érzelmi kötelék egy ember és az általa használt hely között: erős motiváció arra, hogy egy ember egy adott helyen vagy ahhoz minél közelebb tartózkodjon (Dúll, megjelenés alatt). A honvágy és a szeparációs szorongás kapcsolatának kontextusában figyelmet érdemel az a tény, hogy a helyvesztés-kutatással szorosan összefüggő helykötődés-tanulmányok az anya-gyerek kötődési paradigmától elválva folytak (Dúll, 2002) és folynak ma is (Dúll, 2009b). Ez alól részben kivételt képez Ward és Styles (2005) munkája, akik – mint fentebb említettük – a helyvesztés hatására létrejövő honvágy szakaszolásában Bowlby kötődéseméletét veszik alapul.

A honvágý jelentkezésének magyarázatát keresve több szerző (például Akhtar, 1999, van Tilburg, 1999, Vingerhoets, 2005) hívja fel a figyelmet a szeparációs szorongás és a honvágý kapcsolatára. A honvágý és a szeparációs szorongás kapcsolatának kétségkívül legegýértelműbb megnyilvánulásával a DSM-IV.-ben találkozunk, ahol a honvágý a szeparációs szorongás manifesztálódásaként jelenik meg (van Tilburg, 1999).

### **A honvágý és a sok újdonság sokkoló hatása**

Az új környezetbe költözés szükségszerű velejárójaként fellépő korábbi élethelyzet, illetve megszokott napi rutinok hirtelen megszakadása/megváltozása, ami az ismerősség élmény elvesztése által tovább táplálja a honvágý érzését. Az élet számos területére kiterjedő új rutinok kialakítása során számos stresszkeltő esemény generálódik. A kultúrközi kontaktust kíséő életeseményekben gyökerező stresszforrásokra adott reakciók megnevezésére a szakirodalomban két elnevezést – és ennek nyomán két megközelítést – is találunk. Az egyik Berry (1970; idézi Berry, 2006a) *akkulturációs stressz* koncepciója, a másik megközelítés pedig az Oberg (1960; idézi Ward et.al., 2001) nyomán útjára indult *kulturális sokk* elképzelés (magyarul lásd például Pusztainé, 2003).

Az akkulturációs stressz koncepció szükségességének kidolgozása mellett érvelve Berry (2006b) fenntartásait fejezi ki a „sokk” terminológiájával szemben, annak negatív színezete miatt, illetve a kultúrközi kontaktusnak kizárólagosan a nehézségeit szem előtt tartó sugallata miatt. Azt azonban kétségkívül elismeri, hogy az akkulturációs folyamat egész korai időszakában valóban találkozhatunk a sokk jelenségével.

A kulturális sokk eredeti koncepciója az antropológiában, pszichológiában és szociológiában arra utal, hogy az új kultúrával való találkozás élménye sokkoló hatású kellemetlen meglepetés, amelyet az ismerős jelek és szimbólumok elvesztéséből fakadó félelem kísér (Rhinesmith, 1985; idézi Winkelman, 1994). Furnham és Bochner (1986) szerint a sokk kialakulásáért részben az egyénnek az új kultúrával való találkozásra való felkészületlensége, részben pedig az egyén saját kultúrája leértékelésének tapasztalata felelős. A szerzőpáros nagy ívű áttekintő munkájában a kulturális sokk jelenségét, a „jet-lag” és az elidegenedés elmélethez hasonlítják.

A kulturális sokk jelenségének első leírójaként a szakirodalom Oberget (1954, 1960; idézi Winkelman, 1994) tartja számon, aki – antropológusként, anekdotázó stílusban – a kulturális sokk hat jellemző aspektusát körvonalazta: 1) egyfajta *erőfeszítés*, amely a szükségszerű pszichológiai alkalmazkodást szolgálja; 2) a barátok, a státusz, a foglalkozás, a vagyon elvesztéséhez kapcsolódó *vesztésegélmény és depriváció érzés*<sup>7</sup>; 3) *elutasítottság élmény*: az új kultúra tagjainak elutasítása és/vagy az általuk tanúsított elutasítás tapasztalata; 4) a szerepek, értékek, érzések és identitás vonatkozásában tapasztalt *zavar*; 5) a kulturális különbségek tudatosítását követő *meglepetés, szorongás* esetleg *felháborodás, utálat*; 6) az új környezettel való sikertelen megküzdés tapasztalata eredményeként kialakul a *tehetetlenség érzés* (áttekinti Furnham & Bochner, 1986). Az új kultúrához való alkalmazkodás folyamatának Oberg (1954, 1960 áttekinti Winkelman, 1994) négy egymásra épülő szakaszát<sup>8</sup> különíti el. A több hónap terjedelmet is elérő kezdeti szakasz, a *mézeshetek időszaka* (*honeymoon stage*), az új kultúrára való rácsodálkozás időszaka. A felfedezések időszakát az utazók rendszerint akkor is pozitívan értékelik, ha azt álmatlanság, izgatottság és stressz kíséri. A mézeshetek időszaka a *válság (crisis)* időszakába csap át, amely az első negatív reakciók megjelenésének idejét jelzi. A nyelvi, értékbeli és kulturális különbséggel való találkozás – nagy egyéni eltérést mutató – frusztráció, szorongás, düh és elégedetlenség érzésének forrása lehet. A harmadik szakasz a *felépülés (recovery)*, a kríziskiváltó helyzetekkel való megküzdés időszaka, amely során az utazó kidolgoz egy stratégiát az új környezethez való viszonyulásra vonatkozóan. Ez a szakasz nem a nehézségek megszűnéséről szól, hanem arról, hogy az utazó képes lesz bizakodóan hozzáállni a nehézségek leküzdéséhez. Az *alkalmazkodásként (adjustment)* címkézett negyedik szakaszban a vándor elkezd élvezni az új kultúrában való funkcionálást, a nyelv és a helyi szokások gyakorlását.

A felvázolt folyamat-elképzelések dinamikája megfelel a krízisállapot szakaszairól szóló elképzeléseknek. A szakirodalomban egyetértés rajzolódik ki abban a tekintetben, hogy az új lakóhelyen

7 Vö. a honvágy meghatározásával.

8 A kulturális sokk folyamatának modellezésére számos elképzelés született. Oberg elképzelésének körvonalazódása (1960; idézi Furnham & Bochner, 1986) óta széles körben elterjedt a kulturális sokk szakaszos megközelítése (Bochner, 2003).

való beilleszkedés állapotának elérése nem jelenti egyben a folyamat végét is. Ez alól egyedül azok a migránsok képeznek kivételt, akik az alkalmazkodási folyamat végére ténylegesen *bikulturálisakká* válnak, így számukra az adaptáció állandósult állapot (Winkelman, 1994) (vö. transzkulturális migráció, multikulturalizmus). Számos szerző (például Furham és Bochner, 1986; Winkelman, 1994; Ward mtsai, 2001) hangsúlyozzák, hogy a krízisállapottól a beilleszkedésig, illetve alkalmazkodásig tartó szakaszok ciklikusan követik egymást, de egy-egy új esemény hatására megtörik az egyensúly, és megismétlődik a folyamat. Amennyiben az utazó újabb kultúrába érkezik, az adaptációs<sup>9</sup> szakaszok ismétlődhetnek (Ward mtsai, 2001).

Gullahorn és Gullahorn (1963; idézi Huff, 2001) a kulturális sokk jelenségének leírását kibővítették a hazai környezetbe való visszatéréskor bekövetkező nehézségek súlyának megragadásával. A szerzők egységes elméletbe foglalták azt a kultúrközi folyamatot, amely a kultúrközi akkulturációs folyamattal veszi kezdetét, és az eredeti kultúrába való visszatéréssel ér véget. A visszatéréskor tapasztalható kulturális sokk (*reverse culture shock*<sup>10</sup>) élményét az elsődleges kultúrába történő visszailleszkedési folyamat pszichológiai és pszichoszomatikus következményeiként írják le. Az elsődleges kultúrába történő visszailleszkedés (*readjustment*) sokkját bonyolultabb folyamatnak tartják, mint az új kultúrába érkezéskor tapasztalt újdonság okozta sokkot.

## A kulturális sokk élményének pozitív átkeretezése

A kulturális sokk elképzelése eredendően patologizáló szemlélettel tekint a jelenségre. Ennek eklatáns példája, hogy a DSM III-ban a bevándorlás potenciális betegségforrásként, pervazív stresszorként szerepel (Bierbauer & Pederson, 1996). A 80-as évek közepétől végezett kutatásokban megjelenik a jelenség pozitív átkeretezése. Számos szerző (pl. Adler, 1975; David, 1971; áttekinti Furnham és Bochner, 1986; Ward, 2001) felhívja a figyelmet arra, hogy a kulturális sokk élménye – amellet, hogy fájdalmas, negatív és időnként

9 Az adaptáció számos lehetősége létezik (vö. akkulturációs stratégiák)

10 Más szerzők (például Furham & Bochner, 1986; Cox, 2004; idézi Bochner, 2006) a „*re-entry shock*” kifejezéssel illetik ezt a folyamatot. A magyar szakirodalomban nem találtunk erre a jelenségre általánosan elterjedt kifejezést, saját munkánkban a visszatérés fordított kulturális sokkjának nevezzük ezt az elképzelést.



patológiához vezető tapasztalatként tartjuk számon – egy pozitív tanulási folyamat részeként, meghatározó szerepet tölthet be a szelf- és személyiségfejlődésben. A kulturális sokk jelenségének pozitív átkeretezése érdekében kitágították a jelenség értelmezési keretét: a szerzők a kulturális sokk jelenségét egyfajta átmeneti tapasztalatnak (*transitional experience*) tekintik, amely új értékek, attitűdök és viselkedésminták befogadását, elfogadását eredményezi. Ward és munkatársai (2001) a *kulturális sokk ABC-modelljében* (a részletes ismertetést lásd a következő fejezetben), a jelenség korábbi megfogalmazásával ellentétben, az ismeretlen környezeti hatásokra adott választ nem passzív, többnyire negatív reakciónak tekintik, hanem amellett, hogy a kulturális kontaktust kétségkívül potenciális stresszforrásként kezelik, munkájukban a hangsúlyt inkább a változásokkal való megküzdés aktív folyamatára helyezik. A kulturális sokk kontextusában a megküzdési viselkedés (*coping behaviour*) kifejezést a folyamatban résztvevők aktív szerepének hangsúlyozására használják.

Áttekintő tanulmányukban Fülöp és Sebestyén (2011) összefoglalják az átmeneti külföldi tartózkodással járó diák élethelyzet nehezítő és támogató faktorokat. A szerzők a külföldi diák élethelyzetet nehezítő faktorok közül az alábbiakat emelik ki: változásoktól való általános túlterheltség, nyelvi-és kommunikációs nehézségek, az ismeretlen szokások és normák, esetleges anyagi nehézségek, észlelt és/vagy tényleges faji diszkrimináció valamint az eltérő éghajlat. Az átmeneti külföldön tanulás kihívásaival való megküzdést segítő, támogató faktorok közül a személyiség rugalmasságát, a befogadó kultúra ismeretét, a nyelvismeretet, a kiterjedt támogató szociális hálót, a megelőző akkulturációs tapasztalatokat, a fogadó ország tagjaival folytatott megfelelő mennyiségű és minőségű interakciót, valamint a kulturális távolság minél alacsonyabb fokát emelik ki.

### **A honvágy, mint átmeneti jelenség: „átsegítő” hatások a helyelhagyást követő gyász munkában és az újdonság sokkjával való megküzdésben**

Szakirodalmi adatokat találhatunk arra vonatkozóan is, hogy az elvesztett helyek iránti vágyakozásnak az imént jelzett kétségkívül maladaptív hatásai mellett, adaptációt segítő funkciói is lehetnek a lakóhelyelhagyás veszteségeivel való megküzdés során. Fisher (1989,



idézi van Tilburg, 1999) saját, honvággyal kapcsolatos kutatási eredményeinek összegzéseként egy multikauzális modellt hozott létre, amely a kihívások két elemére reflektál: az egyik az ismerős környezettől való szeparáció, a másik pedig az új környezetbe való belépés. A modell alapja többek között egy korai elképzelés (Brown-Moore, 1970; idézi Brown at al., 2005; Horvát at al., 2006), amely szerint a bevándorlási döntési mechanizmusok mögött kettős környezetpszichológiai értékelési folyamatok állnak; vagyis a migrációs elhatározás lényege két, többé-kevésbé szimultán zajló aktivitás: az egyik a megfelelő bevándorlási célhely keresése, a másik pedig a választható helyek értékelése. Ebben az esetben tehát nem alakul ki a bárcsak- fantázián alapuló életstratégia, hanem a helyváltoztatás lezajlása után a folyamat – eltérő értelemben ugyan, de továbbra is – kettős: az egyik feladat a helyvesztéssel való megküzdés (lásd Dúll, 2009a), a másik az új hely kialakítása. Ez elsősorban az akaratlagos (vagyis nem kényszer alapú) költözés esetében tud lezajlani: a bevándorlónak az elhagyott hellyel kialakult érzelmi és kognitív kötődései fokozatosan átalakulnak, gyengülnek, míg ezzel párhuzamosan a választott hellyel új kapcsolatok alakulnak ki.

Más szerzők (pl. Akhtar, 1999) kiemelik a bevándorló honvágyának énvédő és megküzdési stratégia funkcióit. E mechanizmusok egyik lehetséges magyarázata, hogy a honvágy – a tárgyvesztést követő visszatekintő idealizálással – segíthet a bevándorlónak megküzdenni az aktuális frusztrációk következményeként megjelenő agresszióval (Akhtar, 1999). Ennek értelmében az elveszített hely iránti nosztalgiában megnyilvánuló honvágy kreatív alkalmazása tehát átsegíthet az elhagyott hely iránt érzett veszteségélményeken (Grinberg és Grinberg, 1989), és ezáltal az új lakóhelyen zajló beilleszkedés folyamatának szolgálatába állítható.

Fentebb már utaltunk arra, hogy a megküzdés helyvesztéssel és a választott új hely kialakítása akkor tud párhuzamosan zajlani, ha a helyváltoztatás akaratlagos. Ugyanígy, a nosztalgia megküzdést segítő szerepe is csak akkor értelmezhető, ha a helyelhagyás nem valamilyen társadalmi vagy természeti erőszak következtében jött létre (Akhtar, 1999)

A nosztalgia kreatív erőforrásként való értelmezési lehetősége egybecseng Krystal (1988; idézi Tremkó, 1992-93) gondolatmenetével, aki hangsúlyozza, hogy az erőt adó gondolatok is értelmezhetők –winnicott-i értelemben vett– átmeneti jelenségeként: „az átmeneti jelenségek

(egy vigasztaló dallam, kedvenc könyv, erőt adó gondolatok, különféle transzállapotok, vallási élmények, kreatív élmény stb.) az idealizált anyai reprezentációt tartalmazzák, és átélésükkor az anyával való szimbolikus egyesülés élményéhez térünk meg, az onnipotencia illúzióját nyerjük vissza.”(Krystal, 1988; idézi Tremkó, 1992-93).

A fenti gondolatmenet nyomán feltételezhető, hogy a honvág élményében tapasztalható származási helyhez kapcsolódó érzések, emlékek felidéződései az idealizált múlt reprezentációit tartalmazzák, átélésükkor a múlttal való szimbolikus egyesülés élménye élhető meg, ami segít visszanyerni a személyiség integritásának, illetve az identitásnak a migráció során megkérdőjeleződött és elvesztett elemeit. A gyermek átmeneti tárgyakkal szemben tanúsított szeretet–megnyilvánulások és destruktív kitörések formájában megnyilvánuló ambivalens viszonyulása (Winnicott, 2004) köszönhet vissza a szülőföldre után vágyakozó ember felkavaró érzéseiben. A szülőföld iránti vágyban megnyilvánuló élmények sora – ahhoz hasonlóan, ahogy a szimbolikus és preszimbolikus jelentések sorozata, azaz az átmeneti tárgyak – segítheti a gyermeket a hiányzó anya pótlásában, a szülőföld helyeihez kapcsolódó élmények felidézése segítheti a szülőföldjét elhagyó emberben jelentkező hiányérzet/veszteségélmény feldolgozását. A honvág átmeneti jelenséggént való kreatív használata (ld. a honvág élményének elaborációja művészeti alkotásokban), tehát időt ad az egyén számára ahhoz, hogy feldolgozhassa saját veszteségeit, elfogadja a változásokat és megértse, mit nyerhet az előállt új élethelyzetből. Az aktuális szenvedést okozó helyzet értelmének keresése közben, a bevont önismereti munka eredményeként, a kereső mintegy önmagára is rátalál, és megtapasztalja azt, hogy képes önmaga számára értelmessé alakítani a helyzetet (Frankl, 1977/1988, 1989/2005).

## Összefoglaló

A tanulmányban határon belüli és határon át költözők vizsgálatának eredményeit alapul véve, a diákok költözését kísérő lakóhelyvesztés hatására fellépő gyászmunka jellegzetességeit írtuk le. A téma nemzetközi szakirodalmi áttekintését alapul véve, bemutatásra került a tudományos és a hétköznapi gondolkodásban egyaránt negatív konnotációval használt *kulturális sokk* – és ehhez kapcsolódóan – a *honvág* jelenségének pozitív átkeretezése, melynek segít-

ségével ezeknek az élményeknek a megküzdést segítő, személyiségépítő jellegzetességei kerültek előtérbe.

## Irodalomjegyzék

Akhtar, S. (1999) The Immigrant, the exile, and the experience of nostalgia. *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 1,2, 123-130.

Altman, I. (1975) *The environment and social behavior. Privacy, personal space, territory and crowding*. Brooks/Cole, Monterey.

Berry, J.W. (2006a) Context of acculturation. In Sam, D.L., Berry, J.W (eds.) *The Cambridge Handbook of Acculturation Psychology*. 27-42. Cambridge University Press, Cambridge.

Berry, J.W. (2006b) Stress perspectives of acculturation. In Sam, D.L., Berry, J.W (eds.) *The Cambridge Handbook of Acculturation Psychology*. 43-57. Cambridge University Press, Cambridge.

Bochner, S. (2006) Culture shock due to contact with unfamiliar cultures. In Lonner, W.J., Dinnel, D.L., Hayes S.A., Sattler, D.N. (eds.) *Online Readings in Psychology and Culture*. Center for Cross-Cultural Research. Western Washington University, Bellingham. <http://www.wvu.edu/~culture> (Letöltve: 2010-04-11)

Bierbauer, G., Pedersen, P. (1996) Culture and Migration. In Semin, G.R., Fiedler, K. (eds.) *Applied Social Psychology*. 399-422. Sage, London.

Brown, T.C., Peterson, G.L., Brodersen, R.M., Ford, V., Bell, P.A. (2005) The judged seriousness of an environmental loss is a matter of what caused it. *Journal of Environmental Psychology*, 25,1, 13-21.

Diamant, J. (2007) *Motives leading to emigration, identity of the immigrants and their problem*. XIth European Congress of Psychology. 3-6 July. Prague.

Dúll A. (1995) Az otthon környezetpszichológiai aspektusai. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 51,5-6, 345-377.

Dúll A. (2002) Ember és környezet affektív kapcsolata: a helykötődés. *Alkalmazott Pszichológia*, 4,2, 49-65.

Dúll A. (2009a) A környezetpszichológiától a környezeti kommunikációig. In Dúll A. (ed.) *A környezetpszichológia alapkérdései. Helyek, tárgyak, viselkedés*. 11-14. L'Harmattan, Budapest.

Dúll A. (2009b) Helykötődés: ember és környezet affektív kapcsolata. In Dúll A. (ed.) *A környezetpszichológia alapkérdései. Helyek, tárgyak, viselkedés*. 121-134. L'Harmattan, Budapest.

Dúll A. (megjelenés alatt). Az identitás környezetpszichológiai értelmezése: helyérzés, helykötődés és helyidentitás. In Bodor P. (ed.) *Emlékezés, identitás, diskurzus*.

Eurelings-Bontekoe, E.H.M., Tolsma, A., Vershuur, M.J., Vingerhoets, A.J.J.M. (1996) Construction of a homesickness questionnaire using a female population with two types of self-reported homesickness. *Preliminary results, Personality and Individual Differences*, 20, 4, 415-421.

Frankl, V.E. (1977/1988) ...és mégis mondj Igent az Életre! Egy pszichológus megéli a koncentrációs tábor. Pszichoteam, Budapest.

Frankl, V.E. (1989/2005) *Az ember az értelemre irányuló kérdéssel szemben*. JEL Könyvkiadó, Budapest.

Freud, S. (1917/1997) Gyász és melankólia. In Erős F. (ed.) *Ösztönök és ösztönsorsok*. 129-143. Filum kiadás, Budapest.

Fried, M. (1963) Grieving for a lost home. In Duhl L.J. (ed.) *The urban condition*. 151-171. Basic Books, New York.

Furnham, A. (2005) Culture shock, homesickness, and adaptation to a foreign culture. In van Tilburg M.A.L., Vingerhoets, A.J.J.M. (eds.) *Psychological aspect of geographical moves: homesickness and acculturation stress*. 17-34. Tilburg University Press, Tilburg.

Furnham, A., Bochner, S. (1986) *Culture shock*., Methuen, New York.

Fülöp M, Sebestyén, N. (2011) *Kulturális sokk? Kulturális különbségek Budapesten tanuló egyetemisták szemével. Pszichológia*, 30,2, 81-106.

Grinberg, L., Grinberg, R. (1989) *Psychoanalytic perspectives on migration and exile*. Yale University Press, New Haven.

Horvát M. T., Dúll A., & László J. (2004) Az új lakókörnyezethez való alkalmazkodás narratíváinak elemzése. Magyar Pszichológiai

Társaság XVI. Országos Tudományos Nagygyűlése, 2004. máj. 28–30., Debrecen. *Előadáskivonatok*, 71.

Horvát M. T., Dúll A., László J. (2005) The effects of migration in identity structures of young Hungarians. Presentation, Children and Youth in emerging and transforming societies. International conference, Childhoods, Jun 29–July 3. Oslo.

Horvát M. T., Dúll A., & László J. (2006) A helyvesztesség vizsgálata migrációban lévő magyar fiatalok körében – kutatási beszámoló. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 61,1, 133-153.

Horvát M. T., Dúll A., László J. (2007) Methodical approach in studying to express the feeling of loss during the migration. XIth European Congress of Psychology. 3-6 July. Prague.

Huff, J. L. (2001). Parental attachment, reverse culture shock, perceived social support, and college adjustment of missionary children. *Journal of Psychology and Theology*, 29, 246-264.

Marlin, O. (2007) Clinical perspective on psychology of immigration and cross-cultural adaptation. XIth European Congress of Psychology. 3-6 July. Prague.

Pilling, J. (2003) A gyász lélektana. In Pilling J. (ed.) *Gyász*. 27-54. Medicina Könyvkiadó, Budapest.

Pusztainé T.É. (2003) A kulturális sokk okai, jellege, lefolyása és lehetséges minimalizálási módjai. In Tompos A., Bakonyi I. (eds.) *Győri Nyelvi Mozaik I.* 73-91. Palatia Nyomda, Győr.

Scopellitti, M., Tiberio, L. (2010) Homesickness in University Students: The Role of Multiple Place Attachment. *Environment and Behavior*, 42,3, 335-350.

Tremkó M. (1992-93). A megtalált és elvesztett paradicsom. Ópiátfüggők kreativitásának vizsgálata. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 32-33,5-6, 445-469.

Tuan, Y.F. (1974) *Topophilia: A study of environmental perception, attitudes and values.*, Englewood Cliffs, New Jersey.

van Tilburg, M.A.L., Vingerhoets, A.J.J.M., van Heck, G.L. (1997) Coping with homesickness: The construction of the Adult Homesickness Coping Questionnaire. *Personality and Individual Differences*, 22, 6, 901-907.

Vingerhoets, A.J.J.M. (2005) The homesickness concept: Questions and doubts. In van Tilburg M., Vingerhoets, A.J.J.M.

(eds.) *Psychological aspects of geographical moves: Homesickness and acculturation stress*. 1-16. Tilburg University, Tilburg.

Volkan, V. D. (1999) Nostalgia as a Linking Phenomenon. *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 1, 2, 169-179.

Ward, C., Bochner, S., Furnham, A. (2001) *The psychology of culture shock*. Routledge, Hove.

Ward, C., Styles, I. (2005) Culturing settlement using pre- and post-migration strategies. *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing*, 12, 4, 423–430.

Winkelman, M. (1994) Cultural Shock and Adaptation. *Journal of Counseling and Development*, 73, 2, 121-126.

Winnicott, D.W. (2004) *A kapcsolatban bontakozó lélek*. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest.

**Kőrössy Judit - Kékesi Márk - Csabai Márta**

**Boldogság – itthon vagy külföldön?**

Szegedi fiatalok nézetei a boldogságról és a külföldi munkavállalásról

*A boldogság*

A boldogság keresése régóta foglalkoztatja az embereket, ez olvasható ki minden nép kultúrájában megtalálható mesékből, mondákból, szépirodalmi alkotásaiból. A kultúra minden területét áthatotta az öröm, a pozitív érzelmek, az élettel való elégedettség elérésének szándéka, akár a filozófiát, a különböző vallásokat, művészeteket tekintjük, akár a tudományos fejlődés mindennapi életet megkönnyítő eredményeit vesszük szemügyre. A boldogság, elégedettség fogalma mindent kultúrában jelen van, és minden korban reflektálódott valamilyen módon az ember helyzete és környezethez való kapcsolata a kellemes és kellemetlen dimenzióban (Veenhoven, 1996; Uchida, Norasakkunkit és Kitayama, 2004).

A pszichológiában az 1960-as évektől jelentek meg a mai értelemben vett boldogságra vonatkozó kutatások (Veenhoven, 1996; Ryan, és Deci, 2001). Az 1980-as évek elejétől megjelenik a szubjektív jóllét fogalma, a fogalom differenciált leírása, és a vizsgálatára alkalmas mérőeszköz kifejlesztése (Diener, 1984; Larsen, Diener és Emmons, 1985). Az 1980-as évek legvégétől megjelenő kritika kapcsán, ami a kutatások elméleti alapjait hiányolja (Ryff, 1989), megjelenik a pszichológiai jóllét fogalma, amit Bühler, Jung, Maslow, Rogers, Erikson, Allport, és Jahoda nevéhez köthető elméletekre alapozva fogalmazott meg Carol Ryff (1989). Ez a pszichológiai jóllét fogalom alakult át a 2000-es évek legelejétől az Arisztotelésztől kölcsönzött eudaimonia (*εὐδαιμονία*) kifejezéssé (Ryan és Deci, 2001; Ryff és Singer, 2008). A jó és értelmes életet középpontba állító szemlélet szakít avval a korábbi hagyománnyal, hogy a boldogságot egyenlővé tegye a boldog élmények elérésével és a negatív érzések elkerülésével. Ehelyett azt hangsúlyozza, a pozitív pszichológia irányzatával együtt, hogy a boldogság vagy az emberi teljesség a belső erőforrások kiteljesítésével, és elköteleződéssel végzett értelmes tevékenységgel érhető el (Ryan és Deci, 2001; Ryff és Singer, 2008; Seligman, 2003; Csíkszentmihályi, 1997, 2010; Oláh, 2005).



A boldogság kutatásában eddig többnyire a pszichológiai jóllét vagy az étellel kapcsolatos elégedettség hátterét vizsgálták, vagyis azt, hogy mik azok a tényezők, amelyek meghatározzák a boldogságot. A gazdasági mutatók meghatározó szerepe mellett így fény derült sokféle egyéni pszichológiai és társas kapcsolati tényezőre. A kultúra hatását is igazolni lehetett, egyrészt a boldogság mértékére gyakorolt hatását (Liu et al., 2005; Tanaka et al., 2005), másrészt a boldogság tartalmára, felfogására kifejtett hatását (Lu és Gilmour, 2004). Ez alapján megfogalmazódott a boldogság kulturális reprezentáció felfogása (Uchida et al., 2004; Lu és Gilmour, 2004), annak a kiemelése, hogy a boldogság mint cél, vagy a boldogság élménye kulturálisan beágyazott.

A boldogság kutatásában látható egy újabb megközelítése is, amely azt próbálja megragadni, hogy a társadalmi folyamatok hogyan hatnak az egyének és a csoportok nézeteinek tartalmára és kontextusára (Crossley és Langdridge, 2005). A boldogság megfogalmazása tehát nem kizárólag egyéni konstrukciós folyamat következménye. Magyarországon több vizsgálati eredmény szerint is jellemző az emberek beállítódására a panaszkodás, elégedetlenség, a szkeptikusság és a pesszimizmus (Böhnke, 2001; Hollander, 2002). A szubjektív jóllét értéke is igen alacsony 1981 és 2007 között mérve, tehát hosszú időtartam alatt folyamatosan csekély mértékű elégedettségről tudósítanak a mérések (Foa et al., 2008; Márfi, 2007). Ezek az eredmények úgy is értelmezhetők, mint a társadalomban kialakult, hosszabb időszakon keresztül is fennmaradó, széles körben elterjedt vélekedések az életfeltételekkel és az aktuális helyzettel kapcsolatban. Az étellel való elégedettség, vagy rövidebb elnevezéssel élve a boldogság, szociális reprezentációként is felfogható.

Moscovici (1973) szerint a szociális reprezentáció érték(rendszer), nézet vagy gyakorlat, ami lehetővé teszi az ember számára, hogy a környezetét megismerje, kezelje, és kommunikálni tudjon másokkal. A társadalmi szinten létrehozott reprezentáció magyarázó eszköz, kommunikációs és gondolkodási mód is egyben (Moscovici, 1984; László 2000). A szociális reprezentáció sajátos tartalommal jellemezhető, hiszen a tudománytól kölcsönöz lényeges ismereteket, és ezekből formálódnak a társadalomra, vagy annak kisebb csoportjaira jellemző nézetek és cselekvési módok (Moscovici, 1984). A reprezentáció szerkezetére az jellemző, hogy a széles körben ismert nézetek alkotják a reprezentáció magját, amelyhez a kisebb társadalmi csoportok,

szubkultúrák és egyének ismeretei kapcsolódnak (Abric, 1993). A boldogsággal kapcsolatban például a tudományos ismeretek egy része a filozófia és a pszichológia elméleteiből kerül át a közgondolkodásba (Crossley és Langdridge, 2005). A boldogság észlelt forrását vizsgálva pedig arra derült fény, hogy a reprezentáció magját a fiatal férfiak és nők hasonlóképpen az önbizalomban, családi támaszban, személyes kapcsolatokban és a foglalkozás gyakorlásában látják. A személyes kapcsolatokat azonban a férfiak inkább a szexuális kapcsolatokkal kötik össze a boldogság okainak megjelölésekor, a nők pedig inkább az érzelmeket társítják a személyes kapcsolatokhoz (Crossley és Langdridge, 2005).

### **Célok és a boldogság kapcsolata, célok és tervek serdülőkorban**

Két nagyobb elmélet fogalmazta meg a boldogság és a célok, illetve a motiváció kapcsolatát. A pozitív pszichológia szerint az önmegvalósítással és az értelmes célok állításával érhető el a boldogság. Az önmegvalósítást segíti a képességek kibontakoztatása, az elköteleződéssel végzett, motivált, fontos célokat megvalósító tevékenységek (Seligman, 2003; Oláh, 2005). Csíkszentmihályi (1997) az áramlat tevékenységek örömet okozó jellegét hangsúlyozza az élettel való elégedettség leírásakor. A boldogságot biztosító, az életet érdekesebbé tevő tökéletes élményhez szükség van a megfelelő felkészültségre, a világos célok kijelölésére, a folyamatos visszacsatolásra, a feladatra való összpontosításra, és az Én feladattal való összeolvadására. Az önmagukban jutalmazó feladatok meglétekor nem szükségesek az anyagi javak, a hírnév, a hatalom, a szórakozás, tehát a külső jutalmazások, mert a flow-élmény megélhető a munkában, családi kapcsolatokban, de akár a magány során is (Csíkszentmihályi, 2010).

Az öndeterminációs elmélet szintén a boldogság és az élet során megvalósítható célok kapcsolatát helyezi a fókuszba (Ryan és Deci, 2000; Ryan, Huta és Deci, 2008). A teljes emberi élet, az eudaimonia az életnek egy bizonyos tartalmát jelenti, ahol nem egy állapot, vagy egy statikus eredmény elérése a cél, hanem egy folyamatnak, a jó életnek a fenntartása. A teljes és jó életet négyféle motivációs fogalommal lehet leírni. Az egyik az intrinzikus célok és értékek megvalósítása, ami a személyes fejlődést, a kapcsolatokat, a közösséget és az egészséget tartalmazza, szemben az olyan extrinzikus célokkal, mint gazdagság,

hírnév, image és a hatalom. A második fogalom az autonóm, szándékos és konszenzusos viselkedés, ami szembeállítható a kívülről irányított vagy kontrollált viselkedéssel. További két oldala a teljes emberi létnek a gondosság és tudatos cselekvés, illetve az alapvető pszichológiai szükségletek (kompetencia, autonómia és kapcsolatok fenntartása) kielégítése. Ryan és Deci szerint az intrinzik motiváció, az autonóm viselkedés és a gondosság, illetve tudatosság serkenti az alapvető pszichológiai szükségletek kielégítését, és így lehetővé teszi a fizikai és pszichés jóllét elérését.

Az empirikus vizsgálatok is azt igazolják, hogy a motiváció jellegével és a kitűzött célokkal valóban kapcsolatban áll a fiatalok és a serdülőkorúak elégedettsége. Középiskolások körében az intrinzik célok, nevezetesen a kapcsolatok, egészség, növekedés és társadalmi feladatok fontosabbak voltak, mint a gazdagság, hírnév, imázs, vagyis az extrinzik célok. A lányokra ez a tendencia fokozottabban igaz volt (Szondy, 2004). Egy másik magyarországi vizsgálat pedig azt mutatta, hogy az extrinzik célok gyengébb preferálása összefüggött a boldogabb, aktívabb élettel és a jobb fizikai egészséggel (Pikó és Keresztes, 2006). A nemi szerepeknek megfelelően másfajta célokat fogalmaznak meg a lányok és a fiúk (Massey, Gephardt és Garnefski, 2009). A 12-19 éves lányokra jellemzőbb volt a társas jellegű célok megfogalmazása, de ugyanolyan gyakorisággal említették meg az anyagi javakat, mint a fiúk. Ez a vizsgálat azt is feltárta, hogy a jóllét pozitívan korrelál a céllal kapcsolatos hatékonyságérzéssel, és negatívan a célelérés nehézségével. Emmons szerint pedig nemcsak a felnőtteknél, hanem a fiataloknál is együtt jár a céltudatosság és a célok felismerése a boldogság nagyobb értékével (Emmons, 1986).

## **A feltáró jellegű vizsgálat kérdései**

Elővizsgálatunk kérdései két központi fogalom köré rendeződtek, az egyik a fiatalok boldogsága, a másik a migrációs célkitűzések témája volt. A szociális reprezentáció felfogáshoz csatlakozva a boldogságot olyan értékként fogjuk fel, amit az adott társadalom különböző csoportjai és rétegei hoztak/hoznak létre folyamatosan a boldogságról és a hozzá kapcsolódó témákról a kommunikáció során. Véleményünk szerint a boldogság értéke és a hozzá kapcsolódó nézetek irányítják az egyének életét, ehhez mérten választanak a különböző lehetőségek és cselekvések között. A reprezentáció ugyanakkor értelmezési

keretet ad az események illetve az egyén saját életének, cselekvése következményeinek megítéléséhez. Mivel a boldogság szociális reprezentációjának nem találtunk szerkezeti leírását, tagolását a szakirodalomban, így egy olyan hipotetikus modellel dolgoztunk, amelyben a reprezentáció stabil magját a boldogság tartalma vagy fogalma alkotja. A központi elemhez (Abric, 1993) vélhetően a következő, nagyobb különbségeket mutató és gyorsabban változó nézetek kapcsolódnak: a boldogsághoz csatlakozó értékek; fontos életcélok; a boldogság meghatározói vagy forrása; a boldogság elérésének stratégiái; a boldog ember adottságai, képességei, vonásai; az egyén és a közösség/társadalom boldogságának kapcsolata. A vizsgálatban alkalmazott kérdőívünkben nemcsak a saját boldogság értékelését kértük a diákoktól, hanem a magyarok boldogságára vonatkozó megítéléseket is. Emellett a boldogság forrásairól, az eléréséhez szükséges stratégiákról alkotott nézeteket, illetve a boldogsághoz kapcsolható értékek választását is feltérképeztük.

Az életcélok közül a fiatalok migrációs terveit tettük meg a feltáró jellegű elővizsgálat másik fókuszának. Arra kerestük a választ, hogy egyrészt mennyire jellemző a munkamigrációs elképzelés a diákoknál, másrészt van-e kapcsolat a migrációs elképzelések és a boldogság értékelése között. A migrációs tervek, célokra vonatkozó kérdéseink háttérében az állt, hogy Magyarországon igen alacsony volt a kérdezés évét (2008) megelőzően a munka-migrációs tendencia (Csath, 2008). Míg Svédországból vagy Finnországból a lakosság 4,7%-a tervezte a munkamigrációt 2008 és 2013 között, addig Magyarországon ez az arány 2% volt, Lengyelországban, Észtországban és Litvániában 7-9% között mozgott (Coppin et al., 2006). Így felmerült a kérdés, hogy vajon a gyenge magyarországi migrációs folyamat háttérében milyen elképzelések és tervek fogalmazódnak meg annál a korosztálynál, akik a legnagyobb valószínűséggel jelennek majd meg a külföldi munkaerőpiaci versenyben. A tervek, célokra vonatkozóan a kérdőívben szerepelt a migráció időtartamára, helyére, a szükséges képességekre és diszpozíciókra vonatkozó kérdéssor, amit kiegészített még a migráció biztosította értékek kiválasztása és az életcélok preferálása a különböző életszakaszokkal kapcsolatban.

## A minta

A kutatás során vizsgált mintánk 486 főből állt, akik közül a legfiatalabb 14, a legidősebb 25 éves. Az életkor átlaga a mintában 18,1 év (SD=3,43). A mintavételi keret a Szegeden közép- és felsőfokú tanulmányokat folytató diákság volt; a megoszlás az egyetemi, a szakközépiskolai és a gimnáziumi és alminták között egyenlőnek tekinthető. A nők a teljes minta 52, a férfiak 48 százalékát adták. Iskolatípusonként azonban jelentősebb különbséget tapasztaltunk: a szakközépiskolai osztályokban sokkal több volt a fiú, a gimnáziumi almintában pedig a lányok számbeli fölénye jelent meg (1. táblázat).

1. táblázat. A minta megoszlása iskolatípusok és nemek szerint

			Iskolatípus			Teljes
			Gimnázium	Szakközépiskola	Egyetem	
A válaszadók neme	Férfi	N	66	101	66	233
		%	13,6	20,7	13,6	47,8
	Nő	N	101	53	100	254
		%	20,7	10,9	20,5	52,2
Teljes		N	167	154	166	487
		%	34,3	31,6	34,1	100

## A vizsgálóeljárás

Az általunk szerkesztett kérdőív kérdéscsoportjai a következők voltak:

### 1. Demográfiai adatok és külföldi tapasztalatok

A válaszadók életkorára, iskolatípusára, a külföldi utazásuk vagy tartózkodásuk időtartamára, szüleik iskolai végzettségére vonatkozó kérdések szerepeltek a kérdőív első részében.

### 2. A boldogság megítélése. Boldognak tartott országok.

a. A magyarok boldogságának megítélésére kértük a fiatalokat egy 10 fokú Likert-skálán: „Mit gondol, mennyire boldogok manapság a magyarok?” kérdés alapján. (1 = egyáltalán nem boldogok, 10 = nagyon boldogok)

b. A válaszadó személyes boldogságának megítélése 5 fokú Likert-skálán történt: „Általában boldog embernek gondolom magam.” kijelentéssel való egyetértés mértéke alapján.

(1 = egyáltalán nem értek egyet; 5 = teljes mértékben egyet-  
értek)

c. Három olyan ország megnevezése és rangsorolása volt a  
következő kérdés, ahol az emberek a legboldogabban élnek.

*3. Külföldi tartózkodás szándéka, időtartama, és helye. A célország  
biztosította értékek. A külföldi tartózkodás sikeressége és pszichológiai  
alapja (képességek, tulajdonságok).*

a. A külföldi tartózkodás vagy munka szándékát a következő  
három válaszlehetőség közül kellett kiválasztani: igen, nem, még  
nem gondolkoztam rajta.

b. Külföldi tartózkodás időtartamának kiválasztását 6 rögzített  
lehetőség közül kellett megadni (ha igennel nyilatkozott az előző  
kérdésnél): 1-3 hónap, 3-6 hónap, 6-12 hónap, 1-3 év, 3-5 év, akár  
örökre is.

c. Három olyan külföldi célállomás lista nélküli, (nyitott  
kérdésként történő) megjelölése és rangsorolása volt a feladat,  
ahova a fiatalok szívesen elmennének hosszabb időre is.

d. Az első helyen választott külföldi ország biztosította öt értéket  
(béke, biztonság, anyagi jólét, boldogság, szabadság) rangso-  
rolását kellett elvégezni.

e. A külföldi tartózkodás sikerességének megítélését a „több-  
nyire önmagán múlik”, „többnyire más körülményeken múlik”  
két válaszlehetőség közül történő választással kívántuk mérni.

f. A következő nyolc tényező közül kellett kiválasztani azt a  
három tulajdonságot és képességet, amire a megkérdezett sze-  
mély a sikeres külföldi munkavégzés érdekében támaszkodna:  
hozzaértés és tudás, kreativitás és találékonyság, eszesség és  
intelligencia, rugalmasság és nyitottság, jókedv és pozitív hoz-  
záállás, bátorság, magabiztosság és önállóság, kalandvágy és  
ambíció.

#### *4. Értékek mint életcélok négy szituációban*

A válaszadóknak négy élethelyzetet ábrázoló történetben kellett  
tanácsot adni a főszereplőnek, hogy melyik megoldást válassza a jövőre  
vonatkozóan. Mindegyik élethelyzet négy alternatív megoldást tartal-  
mazott, amelyből egyet kellett javasolni. Az élethelyzetek ugyanazt  
a négy értéket/célt érintették a szituációnak megfelelő formában: 1)  
családi és érzelmi kapcsolatok (É); 2) biztonság, stabilitás (B); 3) mi-

gráció, külföldi munkavállalás (M); 4) önmegvalósítás, autonómia (Ö). A négy szituáció a következő volt:

I. Klári 19 éves, most fog érettségizni. Jó tanuló, és több helyre is beadta a felvételi jelentkezését, de nagyon bizonytalan, hogy mit is szeretne csinálni az életben, és hol szeretne élni. Nagyon szeretné kipróbálni az önálló életet. Van lehetősége arra is, hogy külföldre menjen egy időre. Van egy nagyon komoly partnere, akivel az együttélést tervezgetik.

1. Az a legfontosabb, hogy folytassa a tanulmányait, és közben majd eldőlnek a dolgok. A szülőktől való elköltözésről is döntsön később. (B)

2. Költözzön el a barátjához, éljenek együtt boldogan. (É)

3. Költözzön el otthonról, de egyedül, álljon a saját lábára, és próbálja ki a függetlenséget. (Ö)

4. Ragadja meg az alkalmat, hogy külföldre mehet, és ott nézze meg a további lehetőségeket. (M)

II. Tibor 30 éves, fiatal mérnök. Csalódott a jelenlegi munkahelyében, viszont nagyon jól keres. Feleségével és idős, beteges szüleivel lakik. Azon gondolkodik, hogy keressen-e másik, esetleg kevésbé jól fizető munkahelyet a mostani helyett, vagy maradjon, amíg össze tudja gyűjteni a pénzt egy önálló lakás beugrójára. Külföldi munkavállaláson is gondolkodik, de nem tudja, felesége és az idős szülők mit szólnának hozzá.

1. Kezdenek független életet a feleségével egy önálló lakásban. (É)

2. Maradjon minden úgy, ahogy van, addig, amíg biztosan nem tudja, mit akar. A szülőknek is szüksége van rá otthon. (B)

3. Menjen el külföldre, a feleségével együtt, vagy akár ideiglenesen nélküle is, ha adódik egy jó lehetőség. (M)

4. Keressen olyan munkát magának, amit szakmailag igazán jónak tart, a többi majd kialakul. (Ö)

III. Kati 49 éves, sikeres üzletkötő. Két felnőtt gyereke van, elvált, de van egy partnere, akivel szóba került már az együttélés is. Kati szereti a munkáját, de valami újat is szeretne kipróbálni, és fél, hogy kifut az időből. A munkahelyén most adódott egy lehetőség, hogy elmehetne a cég külföldi telephelyére 3 évre, nagyon jó fizetéssel, vezető állásba. Kati esténként, titokban a régi vágyára, egy önálló virágszalonra gondol, ahol művészi csokrok készülnek.



1. *Kati maradjon itthon, és nézzen körül, milyen lehetőségek vannak a váltásra. Amíg nem biztos valami, addig ne lépjen. (B)*

2. *Koncentráljon a magánéletre, most, hogy a gyerekeit felnevelte, élvezze az életet a partnerével. (É)*

3. *Vállalja el a külföldi munkát. (M)*

4. *Vágjon bele a virágszalomba, még ha kockázatos is, de ez a vágya. (Ö)*

IV. Sándor 64 éves tanár, most ment nyugdíjba. A családban arról beszélgetnek, hogy eladnák a házukat, és a megtakarított pénzüket is hozzáadva, a fiáékkal együtt építenének egy nagy családi házat, ahol mindannyian együtt lehetnének az unokákkal. Közben arra gondol, hogy a megtakarított pénzből vehetne egy kis vitorlást. Felesége pedig azt szeretné, hogy utazzanak, menjenek külföldre, akár hosszabb időre is, mert egy külföldön élő magyar család hívta őket két évre bébisitternek.

1. *Menjenek el külföldre, lássanak világot. (M)*

2. *Maradjon minden, ahogy van, amíg nem dől el, hogy mit szeretnének pontosan a feleségével, addig várjanak a döntéssel. (B)*

3. *Sándor vegye meg a vitorlást, egy élet munkája után megengedheti magának, hogy arra költse a pénzt, amire ő szeretné. (Ö)*

4. *Vágjanak bele az építkezésbe, és éljenek együtt boldogan a nagycsaláddal. (É)*

#### 5. A boldogság kontextusa, elérésének stratégiái

a. A következő nyolc érték közül, azt a hármat kellett kiválasztani és rangsorolni a személyeknek, amit a boldogság fogalmához szorosan kapcsolódó értéknek tekintettek: igazi barátság, családi biztonság, elvégzett munka öröme, belső harmónia, szabadság, a haza biztonsága, anyagi jólét, béke.

b. A boldogság forrására, alapjára kérdeztünk rá, amikor arra kértük a fiatalokat, hogy egy ötfokú attitűdskálán jelöljék be, mennyire múlik a boldogság a következő 10 tényezőn: személyiség, iskolázottság, gyerekkori élmények, szerencse és véletlen, kapcsolatrendszer és ismerősök, gazdagság és jólét, barátságok, családi és rokoni háttér, munka jellege, anyagi biztonság.

c. A boldogság elérésének négy olyan stratégiáját kellett rangsorolni a megkérdezetteknek, amelyek egy-egy pszichológiai iskola alapvető hangsúlyait és központi pszichológiai folyamatait fejez-

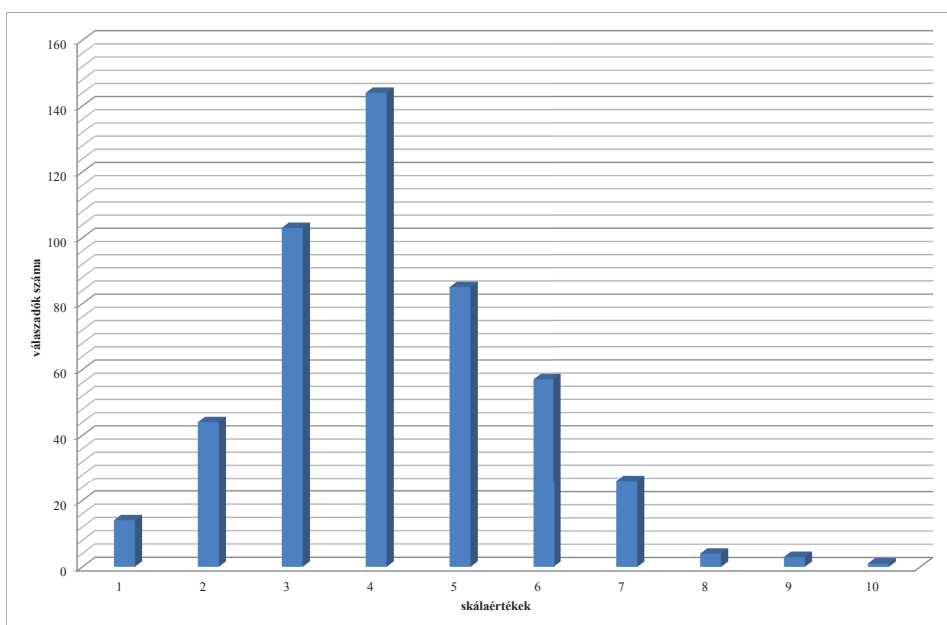
ték ki: 1. Racionális mérlegelés, tervezés, döntés; 2. Ösztönökre, megérzésre, érzelmekre hagyatkozás; 3. Ügyes alkalmazkodás a környezethez, 4. Önmegvalósítás.

## Eredmények

*A boldogság megítélése: a magyarok és a saját boldogság mértéke, boldog országok*

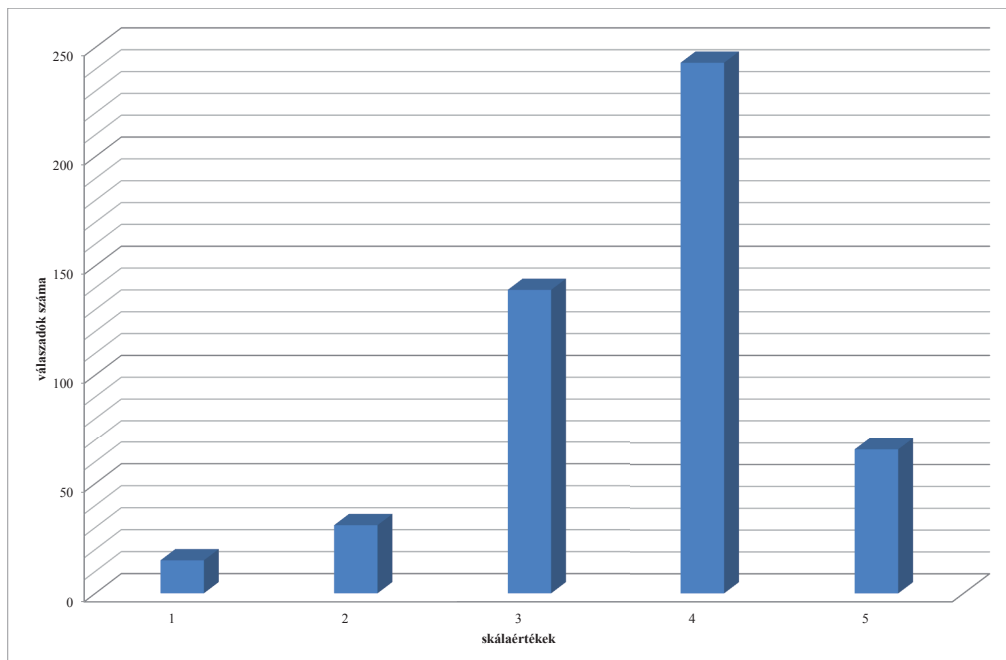
A fiatalok szerint a *magyarok boldogságának* átlaga 4,17 (SD=1,52), ami nem éri el a skála középértékét (1. ábra). A válaszok eloszlása nem követi a normáeloszlást, a szavazatok többsége a skála alacsonyabb régiójába került, tehát a válaszadók szerint a magyarokra inkább a kevésbé boldog állapot jellemző.

*1. ábra. A boldogság megítélése a magyarokra vonatkozóan.  
Skálaértékek: 1 = egyáltalán nem boldogok; 10 = nagyon boldogok*



A *saját boldogság* megítélésénél az ötfokú skálán 3,63-as átlagot kaptunk (SD=0,906), ami azt jelzi, hogy a fiatalok kis mértékben tartják magukat általában boldognak (2. ábra).

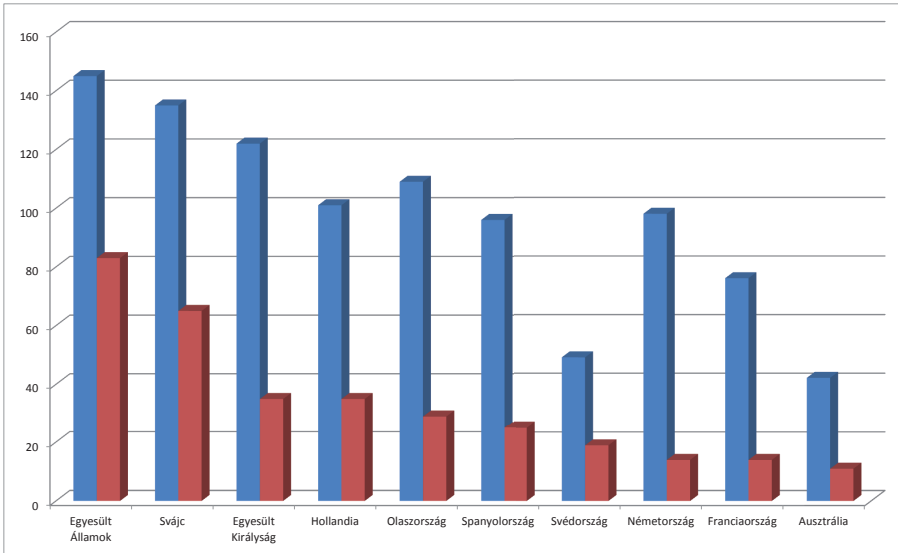
2. ábra. A személyes boldogság értékeinek eloszlása.  
Skálaértékek: 1 = egyáltalán nem értek egyet 5 = teljesen egyetértek



A Mann-Whitney rangpróba szerint a nők magasabb értéket értek el ( $\bar{A}=3,72$ ), mint a férfiak ( $\bar{A}=3,523$ ,  $U=26555,5$ ;  $p<0,05$ ). A magyarok és a személyes boldogság megítélése között gyenge pozitív korrelációt kaptunk (Spearman's  $\rho=0.238$ ,  $p<0.001$ ), a kétféle boldogság értékelése tehát együtt változik a fiatalok megítélésében.

A *boldog országok* megjelölése és rangsorolása szerint a legboldogabbak emberek az USA-ban, Svájcban és az Egyesült Királyságban (3. ábra) élnek. Rangsortól függetlenül az összes említést tekintve és az első helyre rangsorolva is ezeket az országokat jelölték meg a legtöbben.

3. ábra. A boldognak tartott országok rangsora. Barna szín: első helyen történt említés száma. Kék szín: az összes említések száma a rangsorolástól függetlenül



### A külföldi tartózkodás terve, helyszíne és személyes feltételei

A fiatalok 71,4 százalékát foglalkoztatja az a kérdés, hogy hosszabb ideig külföldön éljen (2. táblázat). Ezt a lehetőséget a nők között többen fontoltgatták (Pearson  $\chi^2=6,33$ ,  $p<0,05$ ). Az iskolatípusok összehasonlításakor a gimnáziumi tanulók nagy része igennel válaszolt a külföldi munkalehetőségre, az egyetemisták nagy arányban kerültek be a „nem” válasz kategóriába, a szakközépiskolások viszont a „még nem gondolkodtam rajta” kategóriában képviseltették magukat (Pearson  $\chi^2=11,602$ ,  $p<0,05$ ).

2. táblázat. A migráció kérdésének felvetődése a teljes mintában, nemek és iskolatípus szerint

	Teljes minta		Férfi		Nő		Gimnázium		Szakközépi.		Egyetem	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Igen	347	71,4	154	66,1	193	76,1	129	77,7	104	67,5	114	68,7
Nem	69	14,1	38	16,3	31	12,2	15	9,0	21	13,6	33	19,9
Még nem	70	14,4	41	17,6	29	11,4	22	13,3	29	18,8	19	11,4
Teljes	486	100	233	100	253	100	166	100	154	100	166	100

A minta 27,4%-a akár örökre is elhagyná az országot (3. táblázat). A következő legnagyobb csoport (14,8%) 1-3 évre tervezi a kint tartózkodás időtartamát, ezt az alternatívát inkább a nők jelölték be. A férfiak közül többen választották az „akár örökre is” kategóriát, illetve a „nem tudja, vagy nem menne el” válaszlehetőséget (Pearson  $\chi^2=13,627$ ,  $p<0,05$ ).

3. táblázat. A teljes minta és a nemek megoszlása a külföldi tartózkodás időtartama szerint

Külföldön töltött idő	Teljes minta		Férfi		Nő	
	N	%	N	%	N	%
Nem tudja/nem	129	26.5	72	31,0	57	22,4
1–3 hónap	42	8.6	15	6,5	27	10,6
3–6 hónap	30	6.2	11	4,7	19	7,5
6–12 hónap	43	8.8	15	6,5	28	11,0
1–3 év	72	14.8	29	12,5	43	16,9
3–5 év	37	7.7	19	8,2	18	7,1
Akár örökre is	133	27.4	71	30,6	62	24,4
Teljes	486	100	232	100	254	100

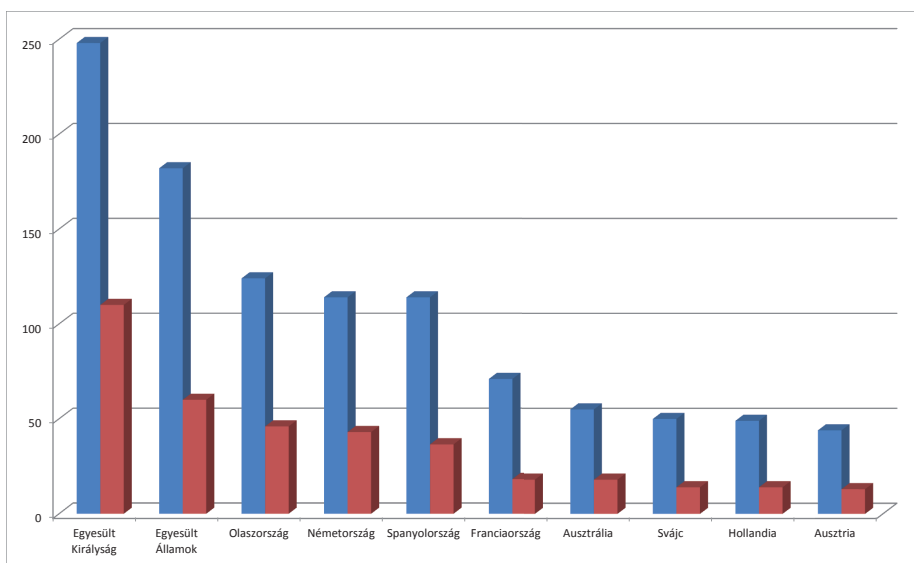
A tervezett külföldi tartózkodás időtartama szempontjából három csoportba soroltuk a fiatalokat. Az első csoportot az a 115 fő képezte, akik 1-12 hónapot jelöltek meg. A második csoportba az 1-5 évet választó fiatalok kerültek (109 fő), a harmadikba pedig az „akár örökre is” válaszlehetőséget adó fiatalok (133 fő). A harmadik csoportot alkotó fiatalokra az volt jellemző, hogy inkább férfiak alkották ( $\chi^2=7,879$ ,  $p<0,05$ ), és az apa iskolai végzettsége magasabb volt a többiekéhez képest ( $\chi^2=19.20$ ,  $p<0.01$ ). További sajátosságokat mutatott e csoport: a végleg távozni szándékozók jelentősen boldogtalanabbnak látták a magyarokat, mint a többiek (ANOVA  $F=5,597$ ,  $p<0,01$ ), és önmagukat sem látták annyira boldognak, mint a másik két csoport ( $F=4,350$ ,  $p<0,01$ ; 4. táblázat). Szintén ők azok, akik közül többen töltöttek már 12 hónapnál hosszabb időt külföldön ( $\chi^2=15,104$ ,  $p<0,05$ ).

4. táblázat. A magyarok és a személyes boldogság átlaga és szórása a tervezett külföldi tartózkodás időtartama szerint

Tervezett időszak	Magyarok boldogsága		Személyes boldogság	
	Á	SD	Á	SD
hónapokra távozna	4,24	1,51	3,66	0,86
évekre távozna	4,14	1,53	3,78	0,85
akár örökre is távozna	3,69	1,53	3,43	1,03

A külföldi tartózkodás tervezett *célállomásaként* első három helyen az Egyesült Királyságot, az Amerikai Egyesült Államokat és Olaszországot jelölték be a megkérdezettek (4. ábra). Ez a rangsor részben hasonlít ahhoz, amit a boldog országokkal kapcsolatban kapunk, bár Svájc és Hollandia hátrébb sorolódott, Németország viszont előrébb került a rangsorban.

4. ábra. A külföldi tartózkodás célállomásaként megjelölt országok említésének száma első helyen (barna) és rangsortól függetlenül az összes említést tekintve (kék)



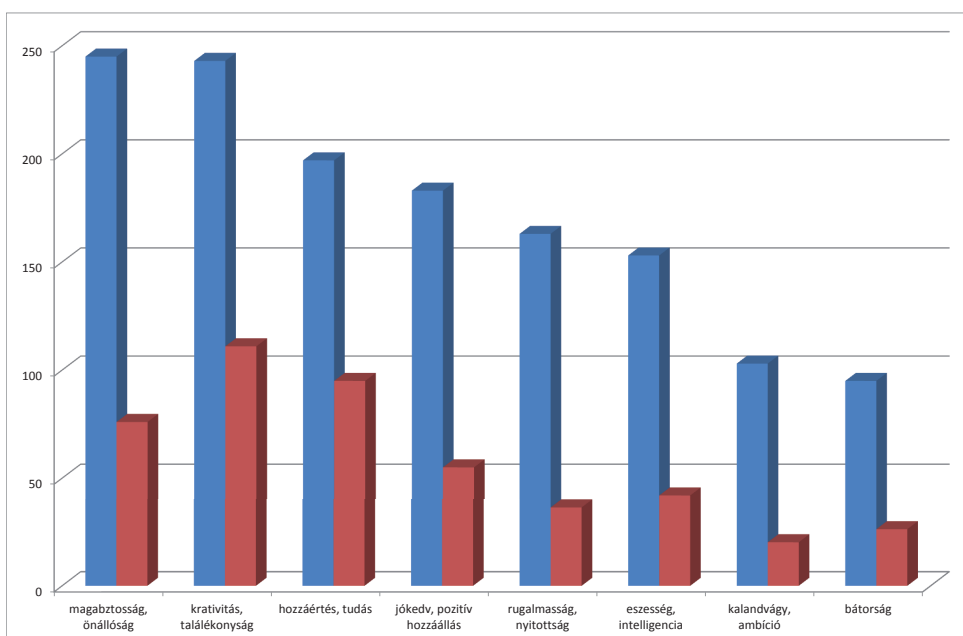
A *külföld biztosította értékek* tekintetében a legtöbb diák az anyagi jólétet sorolta az első helyre. Ez a választás inkább a férfiakra (Mann-Whitney  $U = 22725,5$ ,  $p < 0,05$ ), és a külföldi tartózkodást tervezőkre volt igaz (Kruskal-Wallis  $\chi^2 = 7,063$ ,  $p < 0,05$ ). A második leggyakoribb választás (az első helyen) a boldogság értékére esett. Ezt az értékek elsősorban a nők ( $U = 22778,5$ ,  $p < 0,05$ ), és a gimnáziumi

tanulók preferálták ( $\chi^2 = 8,089$ ,  $p < 0,05$ ). Első helyen a harmadik leggyakoribb kategória a szabadság volt, amit legkevesebben a gimnazisták választottak ( $\chi^2 = 15,187$ ,  $p < 0,001$ ). Az első helyet érintő rangsorban negyedik értéként a békét jelölték meg többnyire a gimnazisták ( $\chi^2 = 6,105$ ,  $p < 0,05$ ), és a migrációt fontolgatók ( $\chi^2 = 18,131$ ,  $p < 0,001$ ). Az első helyen legkisebb gyakorisággal a biztonság értéke szerepelt, amit szintén a külföldi migrációt tervezők említettek többen ( $\chi^2 = 9,39$ ,  $p < 0,01$ ).

A külföldi tartózkodást tervezők döntő többségének (75,6 %) véleménye szerint a siker elsősorban rajta, és nem más tényezőkön múlik. E tekintetben a különböző nemű, eltérő iskolákba járó, eltérő végzettségű szülőkkel rendelkező hallgatók statisztikailag tökéletesen homogénnek bizonyulnak, sőt a külföldi karriert komolyan tervezők körében sem találtunk szignifikáns különbséget.

A hosszabb külföldi tartózkodás alatt a *boldoguláshoz vélhetően szükséges nyolc tulajdonság* közül kellett hármat kiválasztani és rangsorolni a hallgatóknak (5. ábra).

5. ábra. A külföldi boldogulás személyes háttere: képességek, tulajdonságok. A barna szín az első helyen történt említést, a kék szín az első három helyen történt összes említések számát jelöli





Az első helyen történő említésnél a leggyakoribb a kreativitás és találékonyság kategória, ezt követi a hozzáértés és a tudás képessége, majd az önállóság és magabiztosság jellemzők. Jelentős különbséget találtunk a férfiak és nők válaszaiban. A kereszttábla elemzés szerint a férfiak közül többen említették első helyen a kreativitást, a tudást és – a teljes minta által a rangsorban ötödiknek említett – intelligenciát, a nők viszont jobban hangsúlyozták a magabiztosság és önállóság, valamint a jókedv és pozitív hozzáállás kategóriákat (Pearson  $\chi^2 = 35,001$ ,  $p < 0,001$ ). Legutolsó két helyre a kalandvágy és ambíció, illetve a bátorság került, amelyeknél nem volt eltérés a két nem között. Az iskolák között is jelentős különbségeket találtunk az első helyen történt kategóriák tekintetében (Pearson  $\chi^2 = 30,684$ ,  $p < 0,01$ ). A gimnazisták közül legtöbben a tudást, illetve a magabiztosságot jelölték meg. A szakközépiskolásoknál legtöbben a tudást és a kreativitást említették, míg az egyetemisták főként a kreativitást és a magabiztosságot hangsúlyozták.

### *Értékek mint célok*

A 19 éves lány történetével kapcsolatos tanácsadás során a válaszadók 49,7%-a a külföldi boldogulás lehetőségének kipróbálására bízta főszereplőt. A kitöltők további egyharmada (34,9%) választotta a biztonságot. A másik két lehetőséget jóval kevesebben választották: önmegvalósítás 9,4%, érzelmek, boldogság: 6%. Khí négyzet próbával vizsgálva egyedül a külföldi munkavállalás szándéka mutatott jelentős különbséget. Azok, akik tervezik a külföldi munkavállalást, sokkal többen ajánlották a főszereplőnek a migrációt tartalmazó lehetőséget (Pearson  $\chi^2 = 39,503$ ,  $p < 0,001$ ).

A leggyakrabban előforduló válasz (34,6%) a biztonságot jelentette a 30 éves mérnök szituációját illetően. Valamivel kevesebben (29,6%) választották az önmegvalósítás opcióját, minden ötödik kitöltő (20%) jelölte be az érzelmeket hangsúlyozó válaszlehetőséget, a legkevesebben pedig (15,8%) a külföldre távozást propagálták. Érdekes nemi különbségekre bukkanhatunk a válaszokban: a férfiak felülreprezentáltak a biztonságot jelentő, míg a nők az önmegvalósítást tartalmazó válaszlehetőségben (Pearson  $\chi^2 = 19,119$ ;  $p < 0,000$ ). Természetesen ennél a kérdésnél is jelentősen nagyobb arányban választották a külföldre távozást azok, akik fontolgatják a külföldi munkavállalást (Pearson  $\chi^2 = 31,756$ ,  $p < 0,000$ ). A külföldön végleg letelepedni

kívánók is nagyobb arányban ajánlották a főszereplő számára a migráció lehetőségét (Pearson  $\chi^2=24.603$ ,  $p<0.001$ ).

A 49 éves üzletkötő asszony jövőjére vonatkozó tanácsok során a válaszadók relatív többsége (39,8%) az önmegvalósítást tartalmazó opciót választotta, ennél valamivel kevesebben (32%) jelölték be a külföldi munka elfogadásának lehetőségét. Ezekhez az opciókhoz képest jóval kevesebben (16,3%) helyezték előtérbe a magánéletet, és azok voltak a legkevesebben, akik a „biztos talajon” maradás mellett tették le a voksukat (11,9 %). A férfi válaszadók felülreprezentáltak azok körében, akik a migrációt propagálták, a női válaszadók számarányuknál nagyobb mértékben javasolták az önmegvalósítást (Pearson  $\chi^2=23,47$ ,  $p<0,000$ ). A véglegesen távozni készülők jóval nagyobb arányban választották az üzletasszony számára a migrációt (Pearson  $\chi^2=17.631$ ,  $p<0.01$ ).

A mintába került fiatalok közel harmada (31%) támogatta a mobilitást a 64 éves nyugdíjas férfiről szóló történetben. Az önmegvalósítást és az érzelmeket jelentő opciót 25,1%, illetve 23,8% választotta, legkevesebben pedig (20,1%) a stabilitást hangsúlyozták. Ennél a kérdésnél semmilyen, az eddigiekben alkalmazott háttérváltozó sem mutatott szignifikáns hatást a döntésre.

### *A boldogság kontextusa és elérési módjai*

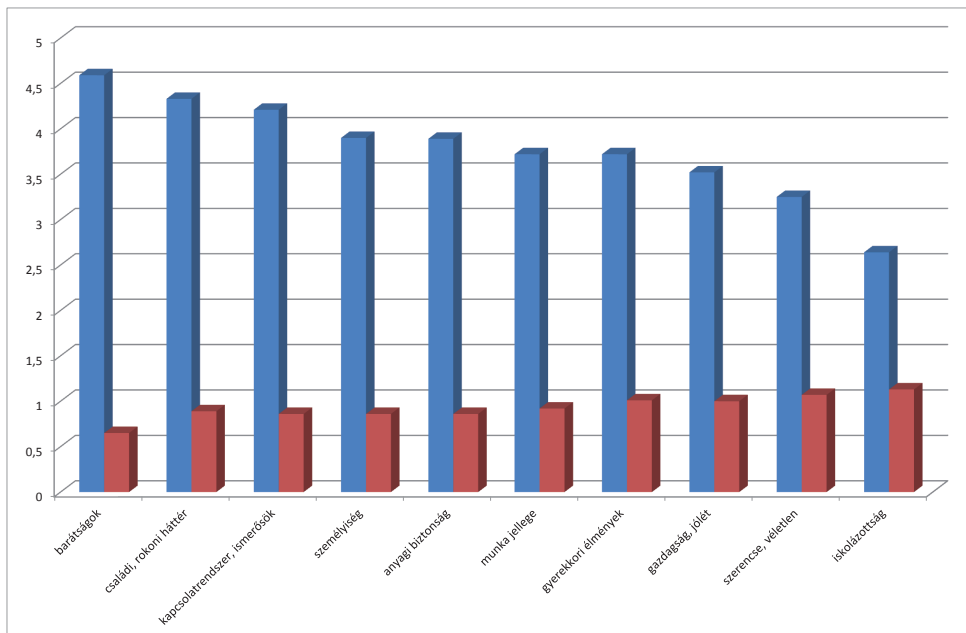
A boldogsághoz legszorosabban kapcsolódó értékek kiválasztása és rangsorolása kapcsán a legelső helyre rangsorolt értékek mutatták a legmarkánsabb eredményeket. A boldogsággal asszociált értékek között a minta egészében első helyre került a családi biztonság: a válaszadók 38,7 százaléka tartotta ezt a legfontosabbnak. Második leggyakrabban említett érték a belső harmónia, amit a minta 23,8 %-a rangsorolt az első helyre, majd ezt követte az igazi barátság értéke, amit a diákok közel egyötöde (19,2%) említett első helyen. Ebben a rangsorban közepén helyezkedik el a szabadság (7,4%) és az anyagi jólét (5,7%), bár ezeket az értékeket első helyen igen kevesen említették a boldogsághoz kapcsolható értéként. A legritkábban választott értékek a következők: a haza biztonsága (0,6%), az elvégzett munka öröme (1,7%), illetve a béke (2,9%).

A nők közül többen említették első helyen a családi biztonságot és a belső harmóniát, a férfiak pedig az igaz barátságot hangsúlyozták jobban (Pearson  $\chi^2=32,406$ ,  $p<0,001$ ). Az iskolák közötti összeha-

sonlítás mutatott még jelentős eltérést (Pearson  $\chi^2=77,192$ ,  $p<0,001$ ). A gimnazisták és a szakközépiskolások közül a családi biztonságot és az igazi barátságot kapcsolták legtöbbször a boldogsághoz, az egyetemi hallgatók viszont a belső harmóniát sorolták legtöbbször az első helyre, amit követett a családi biztonság értéke. Ha valamennyi említést együttesen kezelünk (attól függetlenül, hogy hányadik helyre sorolta be a válaszadó), akkor hasonló sorrend alakul ki az értékek fontosságában. Az első helyre került a családi biztonság (az összes említés 23,9 százaléka), a másodikra az igaz barátság (21,2%), míg a harmadik leggyakrabban említett érték „holtversenyben” a belső harmónia és az anyagi jólét (17-17 %). A legritkábban választott értékek a következők: a haza biztonsága (az összes említés mindössze 1,8 százaléka), az elvégzett munka öröme (5,4%), illetve a béke (5,8%).

A *boldogság forrásaként* a legtöbb hallgató a barátságot, családi és rokoni háttérrel, valamint a kapcsolatrendszerrel és ismerősökkel jelölte meg (6. ábra). Legkevésbé az iskolázottságon, a szerencsén, illetve a gazdagságon és jóléten múlik a boldogság, bár a középső 3-as érték alatt csak az iskolázottság szerepel, tehát a gazdagság ( $\bar{A}=3,52$ ) és a szerencse ( $\bar{A}=3,25$ ) a közepes értékhez képest kicsit erősebben befolyásolja a boldogságot a fiatalok szerint.

6. ábra. A boldogság forrásai: milyen tényezőkön múlik a boldogság. A kék oszlop az átlagokat, a barna oszlop a szórásokat jelöli.



Az adatredukciós eljárást alkalmazva (Maximum Likelihood extrakciós módszer, Equamax rotációval) három faktort kaptunk, amelyek jól leképezik a boldogság mögött álló vélt okokat. Az első faktorban a hangsúlyos változók a következők: anyagi biztonság, gazdagság, iskolázottság, munka jellege. Az ide tartozó tényezők alapján ezt a faktort *társadalmi pozícióként* neveztük el. A második faktorban komoly súlyt kapott három tényező: a barátságok, a családi-rokoni háttér, a kapcsolatrendszer és ismerősök. Ez a faktor a *kapcsolati háló* különböző kifejeződéseit kapcsolja össze. A harmadik faktorba egyetlen változó került, de az igen nagy súllyal: a *szerencse és véletlen*. A társadalmi pozíció és a kapcsolati háló faktorok között csak nagyon gyenge pozitív korrelációt találtunk (Pearson's  $r=0.09$ ,  $p<0.05$ ), a harmadik faktor független tényezőnek bizonyult.

Az egyes faktorpontszámokat változóként felhasználva az alábbi eredmények születtek: azok a fiatalok, akik a 2. és 3. szituációban a mobilitást hangsúlyozták, nagyobb meghatározó szerepet tulajdonítanak a társadalmi pozíció boldogságot meghatározó erejének (ANOVA értékei sorrendben:  $F=4,035$ ,  $p<0,01$ ;  $F=3,176$ ,  $p<0,05$ ). A társadalmi pozíció értékelésében az iskolatípusok szerint is mutatkozott különbség: a szakközépiskolások tulajdonítanak nagyobb szerepet ennek a faktornak az egyetemistákkal szemben ( $F=5,082$ ,  $p<0,01$ ). A külföldi élet lehetőségén való gondolkodás is megosztotta e faktornak a megítélését: a külföldi munkát tervező fiatalok fontosabbnak érzik a társadalmi pozíció faktorát, mint a nem tervezők és a bizonytalanok ( $F=3,671$ ,  $p<0,05$ ). A korreláció vizsgálatánál csak egyetlen szignifikáns eredmény született: a társadalmi pozíció faktor gyenge negatív korrelációt mutatott az életkorral (Pearson  $r=-0,123$ ,  $p<0,007$ ), vagyis a boldogságnak ezt a forrását az idősebbek kevésbé tartják meghatározónak.

A boldogság elérésére vonatkozó *stratégiák* vizsgálatakor a vizsgált szegedi fiatalok közül a legtöbben a negyedik lehetőséget tették az első helyre, vagyis szerintük az önmegvalósítás, illetve a belsőleg vezéreltség a legfontosabb a boldogság elérése érdekében. Ez az álláspont – bár valamennyi társadalmi-demográfiai csoport körében az első helyre került – a női válaszadóknál sokkal népszerűbb, mint a férfiak csoportjában (Mann-Whitney  $U=26675,5000$ ,  $p<0,05$ ). Második helyre a „racionális mérlegelés és döntés” került. A harmadik leggyakrabban adott javaslat az adaptív viselkedést propagálja. Ez a választás elsősorban a szakközépiskolások körében volt népszerű

(Kruskal-Wallis  $\chi^2=13,316$ ,  $p<0,001$ ). A legkevesebben a második opciót (ösztönök, intuíció) választották, valamennyi vizsgált alcsoport esetében ez a legkevésbé támogatott megoldás, függetlenül a nemtől, iskolatípustól, valamint attól, hogy a válaszadó tervez-e külföldi karriert, vagy volt-e hosszabb ideig külföldön.

## Az eredmények értelmezése

### *Boldogság egyéni, nemzeti és globális szinten*

A megkérdezett fiatalok önmagukat, ha nem is nagy mértékben, de boldognak látják, a magyarokról viszont azt gondolják, hogy inkább boldogtalanok (4,17-es érték a tízfokú skálán). Jóllehet a kétféle megítélés ellentétes képet mutat, mégis gyenge pozitív korreláció található közöttük: aki boldogabbnak tartja magát, az a magyarok boldogságáról is pozitívabb képet formál. A fiatalok önjellemzés értékei hasonlítanak azokhoz a mérésekhez, amelyek szerint a magyarok boldogsága 2000 és 2008 között 5,5-es átlagot mutat a 0-10-es skálán, és ezzel egy 144 ország adatait tartalmazó lista középső helyét foglaljuk el (Veenhoven, 2009a). Más Magyarországon mért adatok is azt jelzik, hogy különböző megfogalmazásokat és eltérő skála értékeket használva is az átlag fölötti értéket éri el a megkérdezett személyek boldogság átlaga (Vennhoven, 2009b). Ehhez képest meglepő eredménynek tűnik a magyaroknak tulajdonított boldogtalanság érzés. Elképzelhető, hogy a megkérdezett serdülők és a fiatal felnőttek a saját, jövőjükkel kapcsolatos bizonytalanságukat fejezik ki a magyarokra vonatkozó megítélésben. De az is felmerülhet, hogy ez a megítélés egy határozott percepció eredménye, amelynek során a fiatalok egy nagyobb csoportja a magyar embereket valóban boldogtalannak látja.

A boldognak tekintett országok, tehát az USA, Svájc és az Egyesült Királyság valóban igen magas pontszámot, 7 és 8 körüli értéket értek el a 0-10 és boldogság skálán (Veenhoven, 2009a), a diákok tehát az önmagukat ténylegesen boldogabbnak értékelő országokat jelölték meg.

### *Migrációs tervek és megvalósításuk alapja*

A megkérdezett diákok majdnem háromnegyedét foglalkoztatja az a lehetőség, hogy a későbbiekben külföldön tanuljon vagy dolgozzon. A tervezett tartózkodás időtartamával kapcsolatban a hallgatók egy-negyede azt vallja, hogy akár végleg is letelepedne egy külföldi ország-

ban, tehát jelenleg minden negyedik mintabeli fiatal elképzelhetőnek tartja, hogy kilépjenek a szülői, családi, baráti kapcsolatokat is jelentő magyarországi élet kereteiből.

A tervezett migrációs célállomás részben hasonló ahhoz, amit a boldog országok megjelölésekor láthattunk, a fiatalok tehát egy boldogabbnak tartott országot választanak akkor, amikor a külföldi tartózkodást lehetőségéről gondolkoznak. A külföldi célország boldogságot nyújtó szerepét láthatjuk abban is, hogy a diákok a külföld által biztosított értékek rangsorában második helyre sorolták a boldogságot. Az első helyen az anyagi biztonság áll, amit sokan választottak a külföldre készülők közül. Harmadik helyre a szabadság került, amit a béke és végül a biztonság értéke követ. Az értékek sorrendjéért a migrációt tervezők népes tábora a felelős, ők jelennek meg ugyanis nagyobb arányban az anyagi jólét első, illetve a béke és a biztonság utolsó helyre történő besorolásában. Az értékek választása azt jelzi, hogy a migrációs tervekkel elérhető célok között az anyagi javak és a boldogság kapnak kiemelt helyet. E két érték megvalósulását várják, remélik a diákok a külföldi tartózkodás során, vélhetően ez hiányzik legjobban a számunkra, illetve ezt szeretnék még nagyobb mértékben elérni. Egy 2009-es magyarországi vizsgálat nagyon hasonló értékpreferenciát igazolt. A 3000 fős reprezentatív minta választai szerint az első legfontosabb öt érték között jelent meg a boldogság és az anyagi biztonság (Csepeli és Prazsák, 2009).

A megkérdezettek kétharmada belső kontrollal rendelkezik, amikor azt vallja, hogy a külföldi teljesítmény sikeressége nagyrészt önmagán múlik és nem a körülményeken. A sikeres külföldi működéshez szükséges képességek és tulajdonságok közül az első két helyen az intellektuális képességek jelennek meg a rangsorban: kreativitás, illetve hozzáértés és tudás. A harmadik és negyedik helyen található a magabiztosság, illetve az emocionális, és motivációs jellemzők (pozitív hozzáállás, jókedv). A sikeresség feltételét tehát elsősorban a szakértelemben látják a fiatalok, és csak nagyon kevesen támaszkodnának a kalandvágy és ambíció motiváló erejére, vagy a rugalmasság, nyitottság, illetve a bátorság személyiségvonásokra.

Fontos kérdésnek tartottuk, hogy vajon a migrációt mennyire tartják általános, több életkorban is kíváncsot vagy ajánlható lehetőségnek a diákok, illetve milyen más értékek megvalósítását preferálják egy-egy jellemző életszakaszban. A hipotetikus helyzetek legtöbbször által preferált értékei azt tükrözik, hogy a fiatalok eltérő



javaslatokat adnak a különböző életszakaszokkal kapcsolatban. A válaszadók jelenlegi helyzetével hasonlóságot mutató legfiatalabb szereplő esetén a migrációt tartják a legjobb választásnak. Ezek szerint nemcsak a saját terveikben jelenik meg a külföldi tartózkodás lehetősége, hanem ezt más fiatal számára is javasolható célnak tekintik. A másik életkor, amellyel kapcsolatban szintén a migrációt ajánlották a fiatalok, a nyugdíjas életszakasz. A fiatal felnőttkorra vonatkozóan (a 30 éves mérnök) a stabilitás, a biztonság értékét hangsúlyozták a válaszadók, ami azt jelzi, hogy ebben az életkorban nem a migráció megvalósítása az elérendő, javasolható cél, hanem sokkal inkább az itthoni szilárd életfeltételek kialakítása. Az érett felnőttkorra vonatkozóan pedig az önmegvalósítás értékét választották legtöbben, amit a migrációs javaslat megfogalmazása követett a második helyen. Ha az első két leggyakoribb érték választását vesszük figyelembe a szituációknál, akkor az látható, hogy a nyolc lehetőség közül háromszor szerepel a migráció, mégpedig a legfiatalabb, és a két legidősebb szereplő élethelyzetében, tehát több életkorra vonatkozóan is preferálható értéknek tűnik a külföldi élet és munka választása. Talán a saját elképzeléseiket, vágyaikat vetítik ki a fiatalok a különböző életkorú szereplők élethelyzetére, de az is elképzelhető, hogy a fiatalok körében nagyon erős és általános reprezentáció alakult ki a külföldi munka és élet lehetőségével kapcsolatban, amit sokféle életkorra és szituációra is sémaszerűen alkalmaznak. Szintén háromszor szerepel az önmegvalósítás az első két helyen megjelenő értékek között, és ezt azért is érdemes kiemelni, mert a válaszlehetőségekben ez a kulcsszó nem szerepelt konkrétan. Tehát nem a szó pozitív konnotációja alapján választották a fiatalok, hanem a válaszlehetőségekben megjelenő tartalmak alapján. A biztonság értékét a két legfiatalabb korú protagonista esetében hangsúlyozták a megkérdezettek, ami azt jelzi, hogy döntően a fiatal életkorral kapcsolják össze az egzisztenciális biztonság, illetve a stabil életkörülmények feltételének kialakítását. A két középső életkorú szereplő esetén pedig az önmegvalósítás tűnt a legtöb-  
bek által javasolható optimális választásnak. A négy szituációban az érzelmi kapcsolatok kisebb hangsúlyozása talán avval magyarázható, hogy a megkérdezettek ennek a hiányával szembesülnek a legkevésbé, hiszen legtöbben közülük családban, baráti és kortársi kapcsolatok rendszerében élnek.

*A migrációval* kapcsolatos nézetek olyan *szociális reprezentáció-nak* bizonyultak, amelyben a külföldi tanulás és munka lehetősége



igen elterjedt elképzelésként jelent meg. A migráció majdnem minden korosztály számára elérhető és kívánatos célnak tűnik ebben a reprezentációban, amely során a boldogtalanak tartott hazából egy boldog országba lehet kerülni, és ahol így elérhetővé válnak az anyagi javak és a boldogság. A fiatalok migrációs elképzelései tervként foghatók fel, nem cselekvésként vagy realitásként, de még ebben az esetben is megválaszolandó kérdés, hogy miért ilyen általános ez a célkitűzés a megkérdezettek körében. Nem valószínű, hogy a szülők boldogtalan-sága tükröződne a gyermekeik attitűdjében, hiszen a szülők boldogságértéke valószínűleg hasonló a magyarországi mérések átlagához. A lehetséges magyarázatok váza az lehet, amit Carugati így fogalmaz meg: a fiatalok körében a kiugró, ismeretlen és az identitás konfliktusát előidéző jelenségekből lesz szociális reprezentáció (Carugati, 1990). Az egyik magyarázat szerint a migráció kiugró jellegét az adja, hogy a fiatalok helyzetéből adódóan (tanulmányok folytatása) reálisnak tűnik a külföldi sikeres életkezdés, így erősödik az ismeretlen és vonzó migrációs lehetőség percepciója. A másik lehetséges magyarázat abból indulhat ki, hogy a kiugró és ismeretlen sajátosság inkább a hazai közélet megítélésére vonatkozik. Ennek értelmében a társadalmi tőke (Putnam, 1993) Magyarországon mért alacsony szintjéről szóló (BruxInFo 2007; Giczi és Sik, 2009) közéleti diskurzustól formálják meg a fiatalok az ország boldogságára vonatkozó értékelésüket, és így a migrációs nézeteiket. Feltételezhető az is, hogy a fiatalok státuszához tartozó tanulás motivációja, a tanulóssal elérhető célok megfogalmazása, illetve a korábbi külföldi tapasztalatok fokozzák a külföld vonzerejét, és a saját ország negatív megítélését.

### *A boldogság kontextusa*

A boldogsághoz kapcsolódó értékek rangsorában legfontosabbnak a társas kapcsolatokban megjelenő értékeket és a harmónia értékét tartották a fiatalok. A rangsorban csak középen (3. és 4. helyen) jelent meg az anyagi jólét. Az iskolatípusok mentén láthatunk itt különbséget: míg a középiskolások a társas kapcsolatokat kifejező értéket hangsúlyozták jobban, addig az egyetemisták a harmóniát emelték ki többen.

Evvel összecsengő eredményeket hozott a boldogságot megalapozó tényezők értékelése. A fiatalok a baráti, családi és ismerősi hálózatokat látják leginkább „felelősnek” a boldogságért. A tényezők össze-

vonása is egy csoportba, a társas háló csoportjába sorolta ezeket az elemeket. A másik kirajzolódó faktor a társadalmi pozíció volt, ami ötvözte az anyagi biztonság és jólét, a munka és az iskolai végzettség elemeket. Ezeket a tényezőket a közepesnél kissé magasabb hatásúnak értékelték a diákok. A minta megítélése szerint a szerencsén, ami más tényezőhöz nem kapcsolódott, közepes mértékben múlik a boldogság. A boldogságot tehát legerőteljesebben a társas háló határozza meg, amit követ a társadalmi pozíciót kijelölő tényezők köre. A társas háló fontosságában igen nagy volt a különböző alminták egyetértése. A társadalmi pozíció faktora azonban megosztotta a fiatalok véleményét: a szakközépiskolások, a migrációt fontolgatók, és a két középső életkort megjelenítő szituációban a migrációt javaslók csoportja volt az, aki jobban hangsúlyozta ezt a tényezőcsoportot, mint a többiek.

A boldogság elérésének felsorolt módjai a különböző pszichológiai iskolák emberképét, illetve ezen belül a személyiség dinamizáló erőit tartalmazták. A boldogság elérésének stratégiájáról nagyon hasonló véleményt formáltak a megkérdezettek. A legfontosabbnak ítélt stratégia a humanisztikus pszichológia hangsúlyozta önmegvalósítás volt. Ezt követte a rangsorban a kognitív pszichológia fókuszában álló racionális mérlegelés, tervezés és döntés stratégia, és a behaviorista szemléletek jegyében megfogalmazott „alkalmazkodás a környezet-höz” viselkedésmód. Legtöbbször az utolsó helyen említették a pszichoanalízis hangsúlyozta belső folyamatokra való támaszkodás stratégiáját: az ösztönök, megérzések, érzelmek használatát. A boldogság eléréséhez tehát szükség van az autonómiára, a pozitív belső potenciálok kibontakozására, és a racionális működésre is.

A boldogság itt kirajzolódott *szociális reprezentációja* azt tartalmazza, hogy a fiatalok boldognak tartják magukat egy olyan társadalmi közegben, ahol az emberek inkább nem boldogok. A boldogság forrását elsősorban társas kapcsolatok jelentik, másodsorban a társadalmi pozíció. Önmegvalósítással és racionális működéssel érhető el a boldogság, amihez szorosan kapcsolódik a családi biztonság, a belső harmónia és az igazi barátság. Ezek az értékek tulajdonképpen a boldogság alapjának, forrásának is tekinthetők. Az anyagi javak, ha nem is döntő módon, de szerepet kapnak a boldogság reprezentációjában: egyrészt a társadalmi pozícióban, másrészt a boldogsághoz kapcsolódó értékekben.

*Férfiak és nők különbsége*

Leggyakrabban a férfiak és a nők között találtunk különbséget a megkérdezett csoportban. A személyes boldogságot illetően a nők boldogabbnak tartották önmagukat, mint a férfiak, de ez az eltérés már nem jelent meg a magyarokra vonatkozó értékelésben. A nők közül többen foglalkoztak a külföldre távozás gondolatával, és közülük többen vélték úgy hogy legszívesebben 1-3 évet töltenének egy külföldi országban. A végleges külföldi migráció, az itthon maradás szándéka, vagy a moratóriumot kifejező „még nem tudom” válasz gyakoribb volt a férfiak körében. A külföld biztosította értékek tekintetében a férfiakra inkább az anyagi jólét választása, a nőkre a boldogság preferálása volt jellemző. A migrációt segítő tulajdonságok megítélésében a nemi sztereotípiák különbségei köszönnek vissza. Az intellektust leíró jellemzőket a férfiak preferálták, a motivációt, személyiséget és érzelmeket kifejező fogalmakat viszont a nők választották nagyobb arányban. A különböző élethelyzetek céljaként a nők inkább az önmegvalósítást, a férfiak az egzisztenciális biztonságot és a migrációt választották. A nőkre tehát jellemzőbb az intrinzik célok (önmegvalósítás) említése, a férfiakra pedig az extrinzik (anyagi javak) célokra való törekvés. A férfiak és nők ilyen jellegű különbsége párhuzamba állítható egy korábbi magyar vizsgálat eredményeivel, ahol a 17 éves lányokra inkább az intrinzik, a fiúkra többnyire az extrinzik motívumok választása volt jellemző (Szondy, 2004). További kutatást igényel annak a kérdésnek a megválaszolása, hogy ez az eredmény mennyire tükröz általános nemi különbséget a vélekedésekben, vagy mennyire tekinthető inkább az életkorhoz, és a tanulói státuszhoz kötött különbségnek.

A boldogsághoz kapcsolható értékek közül a családi biztonságot és a harmóniát inkább a nők említik meg első helyen, míg a férfiak többnyire az igazi barátságot hangsúlyozzák. A boldogság eléréséhez szükséges stratégia kiválasztásában ismét a nők voltak azok, akik létszámukhoz képest többen választották az első helyen az önmegvalósítást.

Összességében az látható, hogy a nők pár évet terveznek eltölteni egy külföldi országban, ahol a boldogság és az önmegvalósítás lehetőségét látják, és ehhez a diszpozicionális tulajdonságokra, érzelmekre és motivációs forrásokra támaszkodnának. A boldogság értékéhez elsősorban a családi biztonságot és a harmóniát kötik. A kevésbé boldog férfiakra inkább az extrinzikus célok megfogalmazása

jellemző, a biztonság és az anyagi jólét felé való törekvés, aminek a megvalósítását szerintük inkább a kognitív képességek teszik lehetővé. A boldogság értékéhez náluk az igazi barátság társul, és sokan közülük vagy nem tervezi még a migrációt, vagy akár véglegesen is külföldön telepedne le. Család, boldogság, önmegvalósítás, migráció fogalmak jellemezték a női válaszokat, barátok, anyagi jólét, biztonság és migráció a férfiak megítéléseit. Ezek a hangsúlyeltolódások kapcsolatba hozhatók a serdülők és fiatalok aspirációinak nemekre jellemző különbségeivel. A jövőbeli célok megfogalmazásakor a nők jobban hangsúlyozzák a családi és társas kapcsolatokat, az önelfogadást, a férfiak pedig a foglalkozással és anyagiakkal kapcsolatos elképzeléseket (Kasser és Ryan, 1993).

Összességében tehát azt mondhatjuk, hogy a fiatalok boldogság keresése igen sokszínű törekvéseket tartalmaz. Egyrészt felfedezhetők bennük a migrációs tervek, de megjelennek bennük a stabilitásra, biztonságra vonatkozó igények is. Nemcsak az anyagi javak és anyagi biztonság hangsúlyai láthatók a nézetekben, hanem az önmegvalósítás, a társas és családi kapcsolatok fontossága is kirajzolódik a reprezentációkban. A biztonságkeresés, illetve a változás és fejlődés igénye tehát egyszerre jellemzi a fiatal korosztályokat.

## Irodalomjegyzék

Abrie, J.C. (1993) Central system, peripheral system: Their functions and roles in the dynamics of social representations. *Papers on Social Representations*, 2, 75–78.

Böhnke, P. (2001) Reporting on social exclusion: Standard of living and social participation in Hungary, Spain, and Germany. Welfare in Europe Euromodule. *Working Paper Series*, Berlin.

BruxInfo Európai Elemző Iroda (2007) Politikai intézmények iránti bizalom és politikai részvétel az uniós tagországokban. URL: [http://www.bruinfo.hu/index.php?lap=dokument/dokument&dok\\_id=23138](http://www.bruinfo.hu/index.php?lap=dokument/dokument&dok_id=23138) (letöltve: 2010. április 28.)

Carugati, F.F. (1990) From social cognition to social representation in the study of intelligence. In Duveen, G., Lloyd, B. (szerk.) *Social Representations and the Development of Knowledge*. 126–143. Cambridge University Press, Cambridge.

Coppin, L., Ester, P., Fasang, A., Fouarge, D., Geerdes, S., Schömann, K., van der Hallen, P., Vandenbrande, T. (2006)

*Descriptive report on mobility in Europe*, Dublin: European Foundation.

Crossley, A., Langdridge, D. (2005) Perceived sources of happiness: A network analysis. *Journal of Happiness Studies*, 6, 107–135.

Csath, M. (2008) Low level mobility in Hungary: advantage or disadvantage to learning and competitiveness? *Development and Learning in Organizations*, 22, 5, 14–17.

Csepeli Gy., Prazsák G. (2009) Új szegénység. A digitális egyenlőtlenség kulturális hatásai. URL: [http://www.prazsak.hu/publikaciok/csepeli\\_prazsak\\_ujszegenyseg\\_2009.pdf](http://www.prazsak.hu/publikaciok/csepeli_prazsak_ujszegenyseg_2009.pdf) (letöltve: 2011. február 10.)

Csikszentmihályi M. (1997) *Flow. Az áramlat. A tökéletes élmény pszichológiája*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Csikszentmihályi M. (2010) *Az öröm művészete. Flow a mindennapokban*. Nyitott Könyvműhely, Budapest.

Diener, E. (1984) Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95, 542–575.

Emmons, R. A. (1986) Personal strivings: An approach to personality and subjective well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1058–1068.

Foa, I.R., Peterson, C., Welzel, C. (2008) Development, freedom and rising happiness: A global perspective 1981–2007. World Value Survey.

URL: [http://www.worldvaluessurvey.org/wvs/articles/folder\\_published/publication\\_578](http://www.worldvaluessurvey.org/wvs/articles/folder_published/publication_578) (letöltve: 2012. augusztus 25.)

Giczi J., Sik E. (2009) Bizalom, társadalmi tőke, intézményi kötődés. TÁRKI Európai társadalmi jelentés.

URL: [www.tarki.hu/hu/research/gazdkult/gazdkult\\_gici\\_sik.pdf](http://www.tarki.hu/hu/research/gazdkult/gazdkult_gici_sik.pdf) (letöltve: 2010. április 18.)

Hollander, P. (2002) Hungary ten years later. *Society*, 39, 6, 66–72.

Kasser, T., Ryan, R.M. (1993) A dark side of the American dream: correlates of financial success as a central life aspiration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 410–422.

Larsen, R.J., Diener, E., Emmons, R.A. (1985). An evaluation of subjective well-being measures. *Social Indicators research*, 17, 1–18.

László J. (2000) A szociális reprezentációról. In Béres I, Horányi Ö. (szerk) *Társadalmi kommunikáció*. 129–138. Osiris, Budapest.

Liu, W., Tian, L., Gilman, R. (2005) A cross-cultural study on life-satisfaction between Chinese and American middle-school students. *Chinese Mental Health Journal*, 19, 319–321.

Lu, L., Gilmour, R. (2004) Culture and conceptions of happiness: Individual oriented and social oriented SWB. *Journal of Happiness Studies*, 5, 269–291.

Márfi A. (2007) A szubjektív életkörülmények társadalmi gazdasági összefüggései. In Utasi Á. (szerk) *Az életminőség feltételei*. 6–23. MTA Politikai Tudományok Intézete, Budapest

Massey, E.K., Gephardt, W.A., Garnefski, N (2009) Self-generated goals and goal process appraisals: Relationships with sociodemographic factors and well-being. *Journal of Adolescence*, 32, 501–518.

Moscovici, S. (1973) Foreword. In Herzlich, C. (ed) *Health and Illness: a Social Psychological Analysis*. Academic Press, London.

Moscovici, S. (1984) The phenomenon of social representations. In Farr, R. M., Moscovici, S. (eds) *Social Representations*. 3–69. Cambridge University Press, Paris.

Oláh A. (2005) *Érzelmek, megküzdés és optimális élmény. Belső világunk megismerésének módszerei*. Trefort Kiadó, Budapest.

Piko, B. F., Keresztes, N. (2006. Physical activity, psychosocial health, and life goals among youth. *Journal of Community Health*, 31, 136–145.

Putnam, R.D. (1993) *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press, Princeton.

Ryan, M.R., Huta, V., Deci, E.L. (2008) Living well: a self-determination theory perspective on eudaimonia. *Journal of Happiness Studies*, 9, 139–170.

Ryan, R.M., Deci, E.L. (2000) Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55, 68–78.

Ryan, R.M., Deci, E.L. (2001) On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141–166.

Ryff, C.D., (1989) Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 6, 1069–1081.

Ryff, C.D., Singer, B.H. (2008) Know thyself and become what you are: A eudaimonic approach to psychological well-being. *Journal of Happiness Studies*, 9, 13–39. DOI 10.1007/s10902-006-9019-0 (letöltve: 2009. február 8.)

Seligman, M.E.P. (2003) *Authentic happiness*. Brealey Publishing Ltd.

Szondy M. (2004) A szubjektív jóllét és a törekvések kapcsolata késő serdülőkorban. *Alakalmazott Pszichológia*, 6, 4, 53–72.

Tanaka, H., Mollborg, P., Terashima, S. & Borres, M.P. (2005) Copmarison between Japanese and Swedish schoolchildren in regards to physical symptoms and psychiatric complaints. *Acta Paediatrica*, 94, 1661–1666.

Uchida, Y. Norasakkunkit, V. & Kitayama, S. (2004) Cultural constructions of happiness: Theory and empirical evidence. *Journal of Happiness Studies*, 5, 223–239.

Veenhoven, R. (1996) Developments in satisfaction-research. *Social Indicators Research*, 37, 1–46.

Veenhoven, R. (2009b) World Database of Happiness, collection Happiness in Nations, Nation Report Hungary (HU), URL: <http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl>. (letöltve: 2011. február 25.)

Veenhoven, R.(2009a). Average happiness in 144 nations 2000-2008, World Database of Happiness, RankReport 2009-1c, URL: <http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl>. (letöltve: 2011. február 25.)



*Szabó Orsolya*

## **A vizuális tömegmédia hatása serdülő lányok és fiatal nők testképére**

### **Mégis a ruha teszi...?**

Talán mindenki emlékszik olyan esetre, mikor egy film közben, amit nézett, vagy egy hirdetés hatására, ami az olvasott újságban szerepelt, egy pillanatra elmélázott: bárcsak én is ilyen ... lennék! Ilyen vékony, ilyen szép, ilyen fiatal, ilyen izmos, ilyen magas, stb.

Számtalan kutatást ismerünk, melyek arról szólnak, hogy a vonzóbb emberek „jobb helyről” indulnak (ld. vonzóbb emberek hamarabb számíthatnak segítségre; ugyanazért a bűncselekményért ők enyhébb büntetést kapnak; jobb képességeket tulajdonítanak nekik (holdudvar-hatás); a magasabb férfiaknak több a kezdő fizetésük, stb.). Már Balzac is megmondta: „Egy szép **test**, sajnos, mindig diadalmaskodni fog a legmarconább elhatározáson is!” Így nem csoda, ha őket nézzük szívesebben a filmekben, vagy ilyen embereket állítanak egy-egy eladni kívánt termék mögé, hiszen nekik hiszünk, *mert szépek*. És mivel a fentiek alapján ők számunkra nem csak szépek, hanem egyúttal becsületesek, kedvesek és okosak is, őket állítjuk piederasztálra, őket tekintjük példaképnek, akikre mindenki hasonlítani akar. De hogy magunk miatt-e, vagy a társadalmi és kulturális nyomás miatt-e...?

Tanulmányomban ezt a társadalomból és kultúrából jövő nyomást vizsgálom, melynek legerősebb közvetítője a média, s azt, hogy hogyan befolyásolja ez serdülő lányok és fiatal nők testképét, testtel kapcsolatos attitűdjét.

### **Az alapfogalmak**

#### *Az énkép és testkép kapcsolata*

Énkép, én, szelf, énfogalom, éntudat – valamennyi fogalom azokra a tulajdonságokra, képességekre, sajátosságokra vonatkozik, melyeket az egyén magára nézve igaznak tart, önmaga részének tekint; tudatos énélmény. Az énről való tudásunk magában foglalja az önmagunkkal kapcsolatos ismereteinket, szociális szerepeinket, különböző

csoportokban betöltött tagságunkat, vágyainkat, értékrendszerünket és testi énünket, *testképünket* is. (Sallay, 2001).

### *A testkép*

„Testképen az egyén saját testével kapcsolatos pszichológiai élményeit és viselkedését értjük, valamint azt a módot, ahogyan ezek az élmények szerveződnek” (Szabó, 1996; 313.o.) Többdimenziós konstruktum: kognitív, érzelmi, viselkedéses és perceptuális sajátosságokat is magába foglal; az énkép fontos alkotóeleme (Sarwer és mtsai, 2002).

### *A média*

„Szűkebb értelemben médiának szokás nevezni a tömegtájékoztatási eszközök összességét, mint például a nyomtatott sajtó, a rádió, a televízió, illetve az Internet. Tágabb értelemben pedig minden társadalmilag létrejött kommunikációs struktúrát, illetve ezek hordozóit.” (<http://ktnye.akti.hu/index.php/M%C3%A9dia>)

### **A testképről való felfogás**

Már az ókorban foglalkoztak tudósok, filozófusok a testtel, és az idők folyamán született elméletek és felvetések befolyással voltak a modern filozófiai és szociológiai fogalomalkotásokra, melyek két oldalról közelítik meg a kérdést. Az egyik a testet mint „megtestesült” lelket kezeli (ókori görög hagyomány), míg a másik testté vált szellemként fogja fel (zsidó hagyomány szerint) - „e képzetekben található meg a későbbi nyugati test/lélek dualizmus alapjai.” (Borgos, 52.o.).

A kortárstestkép jellemzője, hogy a testet természettudományosan közelítik meg, „a test újra központi helyet kap, a humán energiák, képességek, élmények és tudatállapotok a testen keresztül kapnak formát, elválaszthatatlanok a testi állapotoktól.” (ugyanott, 52.o.).

### *Korok jönnek, szépségideálok mennek...*

Már az őskorból ismerünk fennmaradt alkotást (ld. Willendorfi vénusz), melyről úgy tartják, a kor ideálját testesíti meg. Az azóta eltelt idők során az éppen bálványozott nőalak számtalanszor változott, ezek bemutatására azonban jelen tanulmányban nincs lehetőség. A XXI. században, noha még nagyon az elején járunk, a hírközlés és média felgyorsulása és elterjedése folytán szinte havonta bukkannak fel nők, sőt, sok esetben inkább még csak lányok, akiket kikiáltanak

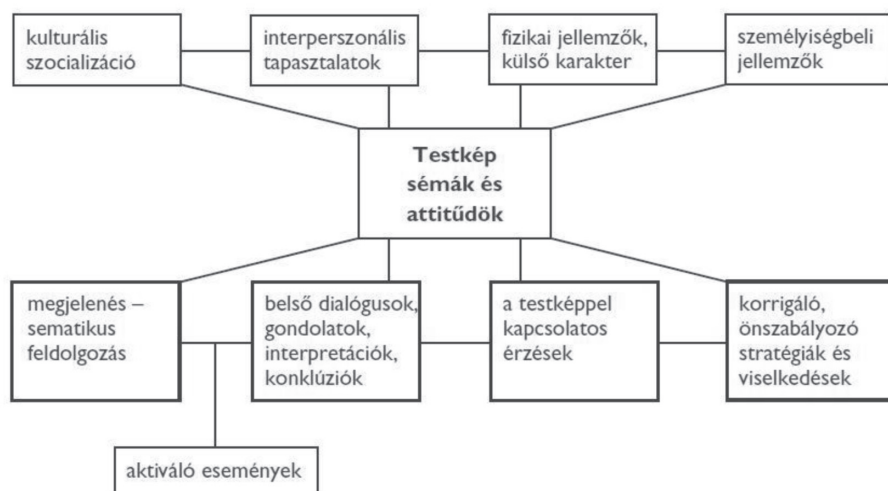
ideálnak, követendőnek, s akikre ideig-óráig meg is próbálnak hasonlítani az emberek. Mivel már számolatlan módja van az önkifejezésnek, úgy gondolom, nem beszélhetünk egy meghatározó és tartós ideálról vagy divatról, annyi azonban elmondható, hogy a XX. században az egyre karcsúbb női alak vált tetszetőssé, mely mára extrém, időnként egészségtelen méreteket ölt.

## A média hatásmechanizmusa

### *Miért akarunk vékonyak lenni...? - a szociokulturális modell*

A testkép kutatása kb. a 20. század elejére nyúlik vissza, s napjainkig számos kutató és irányzat alkotta meg a saját elképzelése szerinti modellt a testkép felépüléséről, működéséről, komponenseiről. Kate Fox egy 1997-es tanulmányában tizenöt faktort határozott meg, melyek befolyással vannak testképünkre. Ezek a a) faj, b) nem, c) életkor, d) etnikai hovatartozás, e) szexuális orientáció, f) hangulat, g) evészavarok, h) TV-ben látott műsorok, i) rendszeresen olvasott magazinok, j) családi állapot, k) gyerekkori élmények, l) sportolási szokások, m) menstruációs ciklus, n) terhesség, o) vásárlási szokások. Ezek között megtalálhatók konstans vonások, mint amilyen a nem vagy a gyerekkori élmények (felnőtt esetében), és vannak olyanok is, melyek teljesen változékonyak, így például a sportolási szokások vagy a menstruációs ciklus. Úgy gondolom, a korábbiak adják a testkép magját, egy viszonylag stabil képet, s azt az intervallumot, melyen belül ez a testkép ingadozhat, a többi, változékony hatás adja.

1. ábra (Cash, 2002)



A mai tudomány egyik meghatározó alakja, aki szintén ezzel a területtel foglalkozik, T. F. Cash (2002) ugyancsak felrajzolta a maga kognitív-viselkedéses testkép modelljét (1. ábra), melyben mind a testkép kialakulásában, mind pedig a befolyásolásában részt vevő tényezők helyet kaptak, s melyek egyfajta korrelációban, cirkuláris oksági viszonyban állnak egymással.

A testkép kialakulását befolyásolja a *kulturális szocializáció* mint környezeti tényező, vagyis hogy a kultúra, amely körül vesz minket, milyen üzeneteket hordoz az adott időszakban, mi a kor aktuális ideálja. Ide sorolhatjuk a médiát is mint kultúraközvetítő eszközt, s melyek testképre gyakorolt hatására a későbbiekben, mint dolgozatomban fő témájára még részletesebben kitérek. Hasonlóan fontos szereppel bírnak az *interperszonális kapcsolatok*, tehát azok a vélemények, elvárások, attitűdök, melyeket a környezetünk közvetít számunkra akár verbális, akár non-verbális módon.

A *fizikai megjelenés* értelemszerűen hat a testképre, illetve az azzal való elégedettségre, ám egyáltalán nem törvényszerű, hogy egy „ideális” külsejű ember testképe pozitívabb, mint egy általában kevésbé csinosnak ítélt társáé. Ezt jól példázza az a kutatás, mely során Jansen és munkatársai (2008) 12-13 éves kamaszokat vizsgáltak, és azt kapták, hogy a tényleges túlsúly helyett az befolyásolta a testképüket, hogy a gyerekek túlsúlyosnak ítélték-e önmagukat.

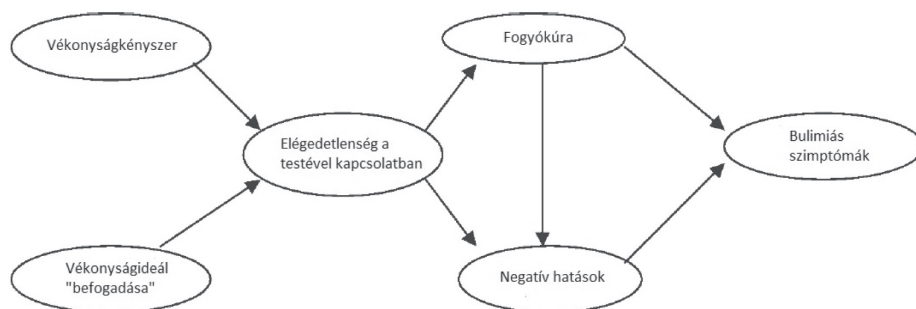
A *személyiségbeli jellemzők* is hatnak a testkép kialakulására, méghozzá az önértékelés, a teljes énkép által, melynek egyik összetevője a testkép is. A pozitív énkép erősíti a pozitív testképet, és általában kedvezőbb megítélést biztosít magunkról. Mindez fordítottn is igaz: az alacsony önértékelés negatívabb testképet eredményezhet.

A testképet befolyásolják továbbá az egyénen belül végbemenő ún. *intrapersonális folyamatok*, melyek a sémáink és előfeltevéseink szerint működnek. Ilyenek pl. a testképpel kapcsolatos érzéseink; a belső dialógusok, gondolatok; a megjelenés sematikus feldolgozása; és a mindezek következtében tanult és alkalmazott korrigáló és önszabályozó stratégiák és viselkedések.

Stice „kettős út” modellje (*dual pathway model*, Stice és mtsai, 1996; 2. ábra), mely az étkezési zavarok okait hivatott bemutatni, három étkezési zavar modell együttese, a „szociokulturális”, az „önuralom” (*restraint theory*) és a „negatív érzelmszabályozás” (*negative affect regulation*) modelleké. Stice szerint a testtel való elégedetlenség a vékonyságideál internalizálásának eredménye, amit a társadalom és

más külső nyomások támogatnak, hogy legyünk vékonyak, ahogyan azt az étkezési rendellenességek szocio-kulturális modellje is felveti. A vékonyságideál befogadása feltehetően hozzájárul a testünkkel való elégedetlenséghez a festingeri elmélet alapján (Festinger, 1954), tehát a társas összehasonlítási folyamat során az idealizált képekhez hasonlítják magukat az emberek, az újbóli és újbóli szembesülés során elfogadják ezeket referenciapontnak, és pálcát törnek önmaguk felett, amiért nem felelnek meg a társadalmi elvárásoknak (Stice és mtsai, 2001).

2. ábra – Dual Pathway Model (Stice és mtsai, 1996)



### A tömegmédia hatása

A tömegkommunikációs eszközök megjelenése hatalmas változásokat hozott az emberek életébe. Hirtelen kinyílt a világ, a hétköznapi emberek is megismerhették az univerzumot anélkül, hogy átlépték volna házuk küszöbét. A legfontosabb információforrás lett a média, mely az elmúlt évtizedekben rohamos fejlődésnek indult, az Internet pedig, melynek segítségével egy gól után az egész világon egyazon másodpercben kiálthatnak fel a rajongók, hihetetlen rövid idő alatt nőtte ki magát és terjedt el mindent *behálózva*. Az egykori szocializációs ágensek (pl. iskola, templom, család) szerepét egyre jobban átvette a média – globális jelenséggé nőtte ki magát, így hatásai is ehhez mérten nőttek.

Természetesen egy ekkora horderejű változásnak pszichológiai vonatkozásai is vannak. Az elmúlt időszak felkapott témája, hogy hogyan és miként befolyásolja az embereket a média. Hatással van-e döntéshozatalaikra, véleményalkotásunkra, a közérkölcsekre és közízlésre? És mindezt úgy, hogy befolyásoltságuknak igazán tudatában

sem vagyunk. Bajomi-Lázár (2006) a *Média és társadalom* c. könyvében foglalkozik a médiával, annak hatásaival és hatásmechanizmusával.

Az alábbiakban bemutatok néhány elméletet, melyek a médiahatást és befogadást vizsgálták.

Az 1920-as, 30-as években a lövedék- vagy injekcióstű-elmélet (Lasswell, 1927) jellemezte a közgondolkodást, melynek mindkét neve sokatmondó. Lövedék, mert a médiából érkező üzenetek golyóként csapódnak az emberek testébe, és hagynak maguk után maradandó elváltozásokat. Injekcióstű, ahogyan az ember bőre alá fecskendezik ezeket az információkat. Ez alapján tehát a média nagy és direkt hatással bír, a tömegkommunikáció egyirányú folyamat, ahol a közönség egy egynemű massa, amely minden tagja egyformán reagál a golyókként záporozó médiaüzenetekre, és passzív és kritikátlan szereplőként nincs módja a média befolyásolására. (Ebben az időszakban a médiát a nyomtatott sajtók, a filmek, filmhíradók, köztéri plakátok és a rádió jelentette.)

A negyvenes években egy olyan modell született, mely szerint a média csak kismértékű és közvetett változásokat képes okozni, az volt a kétlépcsős hatás modellje (Lazarsfeld és mtsai, 1948). E szerint a modell szerint a legjelentősebb befolyással a személyközi kommunikáció bír, tehát a környezetünkben élők, s közülük is esetleg egy-egy tekintéllyel bíró személy véleménye fontosabb, ugyanakkor ezek az emberek, az ún. „véleményvezérek” jellemzően a médiából gyűjtik az információikat, és arra támaszkodva alakítják ki saját véleményüket, így – kis mértékben és közvetetten, de – a média mégiscsak hatást gyakorol az emberekre.

A szelektív észlelés elmélete (Klapper, 1960) szerint az emberek úgy válogatnak a rengeteg üzenet között, hogy csak a nekik tetsző, a már meglévő véleményükhöz illeszkedőket „tartják bent. Mindezt Festinger kognitív disszonancia-redukció-elméletére (1957) alapozzák, mely szerint az ember kerüli a disszonáns helyzeteket és információkat, mivel hatásukra az egész addig gondosan felépített és jól működő világképüket újra kellene gondolniuk az embereknek, ami pedig hatalmas kognitív energiákat kötne le.

A kultivációs elmélet (Gerbner, 1969) a média szelektivitásán alapul, és minél több időt tölt valaki tévé nézéssel, annál inkább hajlamos lesz az abban látott világot valónak tekinteni. Szerinte a média



hatása hosszú távon nyilvánul meg: a társadalomban fellelhető heterogén véleményeket homogenizálja.

A napirendelmélet (McCombs & Shaw, 1972) szerint a médiának ezzel szemben nincs akkora jelentősége, mint ahogyan azt például Gerbner gondolta, amire befolyással van, az a fontossági sorrend megítélése. Tehát nem arról van szó, hogy a média azt befolyásolja, miről mit gondoljunk, hanem hogy miről gondolkodjunk.

1974-ben jelent meg Noelle-Neumann hallgatási spirál elmélete, melynek alapgondolata, hogy az emberek nem szeretik hangoztatni a többségtől eltérő véleményüket. A média elhiteti az emberrel, hogy a domináns közvélemény más, mint ahogyan ők gondolkodnak, így a társadalmi elszigetelődéstől tartva ezek az emberek inkább csöndben maradnak, vagy megváltoztatják a hangosan kinyilatkoztatott véleményüket engedve a csoportnyomásnak.

Hall kódolás-dekódolás elmélete (1980) abból a nyelvészeti feltevésből indul ki, hogy a szöveg mindig többértelmű, nem feltétlenül jelenti ugyanazt a küldő és befogadó számára, a kontextus, társadalmi interakció befolyásolja, a jelentés mindig a használat során jön létre (Volosinov, 1975).

Az utolsó modell, mely a tömegműediumok hatását vizsgálja, a performatív hatás modellje (Dayan és Katz, 1992) szerint a néző folyamatos párbeszédet folytat a televízióval, mely során aktív és kreatív szerepet játszik – itt is csak a véleményének megerősítéséről lehet szó, megváltoztatni nem tudja azt a média. Egy műsor csak akkor képes hatást gyakorolni nézőire, ha képes mozgósítani, elkötelezni őket, vagyis a befogadók érzelmi kötődést alakítanak ki a műsorral, azonosulnak vele” (Bajomi-Lázár, 2006, 140.o)

Ezeknek a modelleknek az összegzéseként Bajomi-Lázár azt alapítja meg, hogy a média csak korlátozott mértékű és közvetett befolyással bír az emberekre nézve, mivel nem elhanyagolható a média mellett a többi szocializációs ágens szerepe sem, másrészt pedig a média napjainkra olyan sokszínű lett, hogy nem beszélhetünk egységes médialátképről. Ami biztos tehát: „bizonyos médiumok bizonyos üzenetei bizonyos időkben bizonyos hatást gyakorolnak a közönség bizonyos részére” (Glynn és Jeong, 2003, idézi: Bajomi-Lázár, 2006, 143.o.).



## A testtel való elégedetlenség

### *Normatív panasz*

Bár Csabai és Erős (2000) azt írja, 1960 előtt nem volt példa bulimiára, Nielsen 1979-es tanulmányában azt mutatta ki, hogy a 24-54 év közötti nők 56%-a diétázott élete folyamán (Nielsen, 1979), és ez a szám a következő évtizedekben csak nőtt. A fogyókúrák döntő oka a nők testükkel, testképükkel való elégedetlensége, miközben több kutatás is kimutatta, hogy a valós testsúlyuk nem mutat erős korrelációt az azzal való aggodalom mértékével, ill. a fogyókúra gyakoriságával (Drewnowski és mtsai, 1982; Donath, 2000; Jansen és mtsai, 2008). Rodin már 1985-ben megfogalmazta, hogy a testsúllyal kapcsolatos aggodalom „normatív jelenséggé” vált a nyugati társadalomban élő nők körében (Rodin és mtsai, 1985).

Egy amerikai kutatócsoport longitudinális vizsgálatban 1966-ban, majd 1996-ban vizsgált főiskolás férfiakat és nőket egy testi attitűd skálával (*Kurtz Body Attitude Scale*). Az eredményeik szerint az eltelt harminc év jelentős változást eredményezett a nők testképét illetően negatív irányba, tehát 1996-ban sokkal elégedetlenebbek voltak magukkal, mint egykor a '66-os társaik, ellenben a férfiaknál nem volt szignifikáns különbség a két különböző időben gyűjtött adatokban (Sondhaus és mtsai, 2001).

A fokozatosan növekvő étkezési zavarok, étkezési rendellenességek és kimutatható testkép-elégedetlenség hatására egyre több kutatás folyik az emberek, különös tekintettel a serdülők étkezési szokásaival, diétázási módszereikkel kapcsolatban. Mint tudjuk, az USA-ban különösen nagyarányú az elhízás a népesség körében, amely betegség már a gyermekkorban megjelenik, így az ezzel kapcsolatos tanulmányok, felmérések jelentős része az amerikai lakosság körében készült.

Egy ilyen kutatás során van den Berg és munkatársai 15.240 középiskolást kérdeztek különböző fogyókúrák módszerekről, és az eredmények alapján minden tizedik használt valamilyen diétás eszközt tablettá, por vagy folyadék formájában a felmérést megelőző 30 napban. Jelentős hányaduk számolt be továbbá legalább egy napon át tartó koplalásról (13%), önhánytatásról vagy hashajtó szedéséről (6%) (van den Berg és mtsai, 2007).

## Eddigi, hasonló területen végzett kutatások eredményei

### *Testkép, testtel való elégedetlenség és a vékonyság iránti késztetés a média tükrében*

A női szépséggel kapcsolatos társadalmi elvárások túlságosan megnövelik a nők vékonyság iránti vágyát, és a vékonyság egy bizonyos szintje a legtöbb nő számára egészségügyi vagy alkati okokból elérhetetlen. Ezeknek az elvárásoknak az elterjedésében a tömegmédia jelentős szállítószalagja ennek a szociokulturális ideálnak. A divatlapokban túlsúlyban (sic!) vannak a fiatal, magas, hosszúlábú, extrém vékonyságú nők. Ez a vékonyság iránti trend minden női magazinban, filmben, televízióban (még a gyerekműsorokban is) megjelenik.

A médiával kapcsolatos vizsgálatokban sokszor nehéz elkülöníteni a hatások okait egymástól, ráadásul manapság, ahogyan Glynn és Jeong 2003-ban fogalmazott, annyira sokszínű lett a média, hogy nem beszélhetünk egységes médialátképről. A megszámlálhatatlan mennyiségű csatorna, magazinok, az Internet, reklámok nehezítik a kutatások egyértelművé tételét.

Becker 1995-ben abba a szerencsés helyzetbe került, hogy nagyon „tisztán” mérhette meg, mit tesz a média a testképpel. Fiji-n akkor kezdték meg a tv közvetítést, így lehetősége volt a még szinte „érintetlen”, majd három évvel később a már televízió műsoroknak kitett fiatal lányok testképpel és étkezési szokásaival kapcsolatos vélekedéseit vizsgálni. Fontos megjegyezni, hogy a „médi-naiv” Fijin nem volt példa az 1990-es évek előtt egyik DSM-IV-ben meghatározott étkezési rendellenességre sem, és elmondható, hogy a társadalom a kalóriadús étkezéseket és a robosztus testalakot preferálta, mely a fizikai terhelhetőséget jelképezte. Két helyileg definiált, étkezéssel kapcsolatos szindróma a 'macake' és 'going thin', mely mindkettő alapja az étvágy elvesztésétől és a fogyástól való félelem. Fiji-n nem volt megfigyelhető korábban a szociális nyomás, noha az atletikus, robosztus testek számítottak ideálisnak, nem volt megfigyelhető, hogy különösebb fókusz vagy érdeklődést helyeztek volna a kulturálisan idealizált test elnyerésére.

A kutatás legjelentősebb eredménye az volt, hogy a televízió újra-definiálta a korábbi testideált, sőt, egy sokkal bonyolultabb átalakítását eredményezte a személyes és kulturális identitásnak, mely magával hozta a test és testkép újra átgondolását is. Az adatok alapján a tele-

víziós karakterek a nyugati, fogyasztói életstílus sikeres elkötelezettjeinek szerepmodelljei lettek. A vizsgálati alanyok csodálattal beszéltek a vékonyságukról és megjelenésükről. Nagyon sok interjúban jelenik meg explicit vagy implicit formában, hogy a nők a tv filmekben, sorozatokban látott szereplőkre szeretnének hasonlítani, irigylük alakjukat, karcsúságukat; ezek hatására kezdték magukat kövérnek gondolni, és fogtak bele fogyókúra módszerekbe. Két étkezési zavarral kapcsolatos változó mutatott szignifikáns különbséget '95 és '98 között: a diétázás és az önhánytatás. Beszédes adat, hogy ez utóbbi a három év elteltével 0%-ról 11,3%-ra nőtt a serdülő lányok körében. A televízióval rendelkező háztartásban élőknél háromszorosa volt az étkezési attitűdöt vizsgáló kérdőíven elért magas pontszám, mint a tv-készülékkel nem rendelkezők esetében (Becker, 2002, 2004).

Stice (1994) húszéves hallgatókkal töltetett ki a médiafogyasztást, az ideális testtel kapcsolatos sztereotípiák internalizációját, a nemi szerepekbe való beleegyezést, a testtel való elégedetlenséget és az étkezési zavarok tüneteit vizsgáló kérdőíveket. Új eredményként Stice közvetlen kapcsolatot fedezett fel a médiának való „kitettség” és az étkezési rendellenesség tünetei között, sőt, azt is feltételezi, hogy a nők akár direkt módon modellálják a médiában megjelenő rendellenes étkezési viselkedéseket, mint amilyen például a koplalás vagy hashajtási módszerek alkalmazása. Az a hipotézis is beigazolódott, mely szerint a szocio-kulturális nyomás internalizációjának is szerepe van a korábban említett kapcsolatban (Stice, 1994).

Tiggemann és Pickering (1996) televíziózási szokásokat vizsgáltak a testtel való elégedetlenség és a vékonyság iránti szükséglet tekintetében. Eredményeik szerint nem a TV-zéssel töltött időnek volt befolyásoló hatása, hanem annak, milyen csatornákat, milyen típusú műsorokat néznek a megkérdezettek: a szappanoperák, filmek és sorozatok esetében korrelációt figyeltek meg a testtel való elégedetlenséggel, ugyanakkor negatívan korrelált ugyanez a sport-nézési szokásokkal. A videoklippek nézése pozitív együtt járást mutatott a vékonyság iránti szükséglettel (Tiggemann & Pickering, 1996).

Stice és munkatársai 2001-es vizsgálatukban arra keresték a választ, hogy a hosszabb távú, vékonyságot idealizáló médiának kitettség tartós hatásokat eredményez-e. Bebizonyították azt, hogy a karcsú (vékony) idealista képek látványa a) erősebb negatív hatást eredményezett olyan sebezhető kamaszoknál, akiket már egy eleve emelkedett szintű, kezdeti „vékonynak lenni” nyomás és testi elége-

detlenség jellemzett, és b) felerősítette a testi elégedetlenséggel kapcsolatos, a diétás és a bulímiás tüneteket olyan sérülékeny fiataloknál, akik nem részesültek megfelelő szociális támogatásban (Stice és mtsai, 2001).

Videoklipek hatását vizsgálta a nők testükkel való elégedettségére Tiggemann és Slater 2003-ban. A kísérleti helyzetben két különböző videotípust vetítettek az alanyoknak: vagy olyat láttak, amiben voltak szereplők (még hozzá vékony és attraktív nők), vagy olyat, amiben nem jelentek meg emberek. Azoknál a nőknél, akik az előbbi kísérleti helyzetben szerepeltek, a bemutatott videoklip hatására megnövekedett a társas összehasonlítás és a testükkel való elégedetlenség (Tiggemann & Slater, 2003).

Szintén Tiggemann végzett McGill-lel vizsgálatot a karcsúság-idealizált női szépségről, melyben a résztvevő nőknek újságreciklámokat mutattak. Ezek között voltak, amik (1) teljes alakosak voltak, voltak, (2) melyeken csak egy test bizonyos részei szerepeltek, vagy (3) pusztán a termékek látszódtak, modellek nélkül. Mind a képek bemutatása előtt, mind pedig utána megmérték az alanyok hangulatát és a testükkel való elégedettségüket. A kísérlet eredményei szerint a „teljes alakos” és a „testrészes” vizsgálati helyzet is megnövekedett negatív hangulatot és testtel való elégedetlenséget eredményezett, melyben a társas összehasonlítás közvetített (Tiggemann & McGill, 2004).

Bell és munkatársainak 2007-es, videoklipek közvetlen, rövidtávú hatását vizsgáló kutatása során 16-19 év közötti serdülő lányok testképét, önbecsülését mérték fel egy ál- emlékezet tesztben. Azok a lányok, akik a vizsgálat köztes idejében videoklipeket néztek, nagyobb fokú elégedetlenséget mutattak a testükkel kapcsolatban, mint azok a lányok, akik ugyanebben az időben a klipek zenéjét csak hallották (videó nem tartozott hozzá), vagy akik szólista-tanulás helyzetbe kerültek (Bell és mtsai, 2007).

### **Testképpel való elégedetlenség különbségei a nemek között**

Egy amerikai kutatócsoport longitudinális vizsgálatban 1966-ban, majd 1996-ban vizsgált főiskolás férfiakat és nőket egy testi attitűd skálával. Az eredményeik szerint az eltelt harminc év jelentős változást eredményezett a nők testképét illetően negatív irányban, tehát 1996-ban sokkal elégedetlenebbek voltak magukkal, mint egykor a '66-os társaik, ellenben a férfiaknál nem volt szignifikáns különbség a két különböző időben gyűjtött adatokban (Sondhaus és mtsai, 2001).

Jansen 2008-ban vizsgálta főiskolás korú, különböző kultúrájú férfiak és nők testképét és étkezési szokásait. A kapott eredmények alapján általában elmondható, hogy a férfiak magukra nézve ideálisnak tartott és a valós testük között kisebb eltérés volt, mint a nők esetében, akik a saját alakjuknál jóval kisebbet, vékonyabbat tartottak volna kívánatosnak. Az eltérések mértékében voltak különbségek kultúránként, melyet az adott fejezetben részletesen tárgyalni fogok (Jansen, 2008).

### *Kulturális különbségek a testképpel kapcsolatos vélekedésről*

A testképpel foglalkozó kutatásoknak jelentős hányadát teszik ki azok a kultúrközi tanulmányok, melyek az emberek testképét, ill. azzal kapcsolatos attitűdjét eltérő kultúránként vizsgálják, ezáltal is hangsúlyozva azok szerepét. Az alábbiakban ezek közül a kutatások közül mutatom be néhány eredményét. (Korábban az evészavarokat csak a nyugati civilizációban élő nőkre tartották veszélyesnek, ekkor terjedt el a 3W-s megjelölés rájuk (*White Western Women*), és a '70-es évekig ténylegesen nem regisztráltak anorexia nervosával betegeket Afrikában, Szudánban vagy Ázsiában (Keel-Klump, 2003), ám a nyugati kultúra terjedése nem csak a globalizáció, de az ilyen jellegű betegségek terjedését is magával vonta (Ujjfalussy, 2010).

Fitzgibbon és munkatársai (2000) kaukázusi, afro-amerikai és hispán nők BMI (*body mass index*- testtömeg-index, melyet a méterben kifejezett magasság és a kg-ban kifejezett testsúly négyzetének hányada ad meg) indexét hasonlították össze a testükkel való elégedettséggel. Mindegyik csoportnál megfigyelhetőek voltak olyan nők, akik elégedetlenek a testükkel, ám különbség mutatkozott abban, hogy mi az elégedetlenség „határa”. Az afro-amerikai és hispán nők jellemzően csak akkor mutattak elégedetlenséget, ha az objektívan mérhető BMI alapján is valóban túlsúlyosak voltak ( $>25$ ). Ezzel szemben a kaukázusi nők a normál, egészséges tartományba eső testtömegindex-szel is elégedetlenséget fejeztek is a testükkel szemben. Az afro-amerikai nők az ideális testméretet szignifikánsan nagyobb-nak határozzák meg, mint a kaukázusiak, és az afro-amerikai férfiak között is megfigyelhető a nagyobb női test preferálása (Fitzgibbon és mtsai, 2000; Jackson, 2002). Az ugyanolyan alakkal rendelkező kaukázusi és afro-amerikai nők közül az utóbbiak sokkal boldogabbak a testükkel (Williamson és mtsai, 2002). Ezzel egybevágóan elmondható, hogy mind a kaukázusi, mind pedig az afro-amerikai nők véko-

nyabbnak gondolják a férfiaknak tetsző női alakot a valóságosnál, ám a kaukázusi nők esetében nagyobb a különbség a kettő között (Celio és mtsai, 2002).

Idevágó, nagyon érdekes eredményt mutattak ki Zhang és munkatársai, amikor afro-amerikai nők testképét vizsgálták vékony nőket szerepeltető rap-videók (melyek nagyon népszerűek a színes bőrű lakosság körében) nézése előtt és után. Eltérően sok más hasonló vizsgálattól, azt kapták, hogy nem volt főhatása ezeknek a videóknak a nők testképére. Ehelyett az erősebb etnikai tudattal rendelkező nők esetében a videó megnézése után csökkent a testtel való elégedetlenség, a vékonyság iránti késztetés és a bulimikus cselekedetek tendenciája. Ezzel szemben a gyengébb nemzetiségi azonosságtudattal rendelkező nőknél fordított eredményeket figyeltek meg (Zhang és mtsai, 2009).

Az ázsiai-amerikaiak (különösen a Kelet-Ázsiából – Kínából, Japánból, Koreából – bevándoroltak leszármazottai) némileg eltérő csoportot alkotnak, mivel a keleti civilizációra oly jellemző erős kulturális örökségen osztoznak, amelynek fő hangsúlya a (jó értelemben vett) átlagosságon van, ami sem a vékonyságot, sem a túlsúlyt nem ösztönzi. Feltehetőleg az étkezési szokásaik és testfelépítésük is csökkenti az esélyét az elhízásnak, és az ideális testalkattól való eltérésnek, így a testképük egészséges, és nem jellemző, hogy testképzavarral rendelkezzenek (Kawamura, 2002).

Hoek munkatársaival a szociokulturális hatás vizsgálatára Curacao szigetét választotta, ahol az anorexia nervosa (AN) előfordulását és annak körülményeit, jellemzőit vizsgálták, és hasonlították össze USA-beli és holland adatokkal. Megállapítható, hogy az AN előfordulási rátája az utóbb említett két másik országhoz képest rendkívül alacsony mind összesítve, mind a kritikus életkorban vizsgálva (vö. 100.000 emberből 1,82 vs. 8,3 ill. 8,1; és 17,5 vs. 48,4 és 55,5). Ezek az esetek kizárólag a kisebbségben élő fehér és „kevert-fajú” populációban fordultak elő, a többségi fekete bőrű lakosok közül nem diagnosztizáltak senkit ezzel a betegséggel. A legvalószínűbb magyarázatul a szociokulturális elmélet szolgál, mely alapján elmondható, hogy Curacao afrikai-karibi-i népességében társadalmilag elfogadottabb a túlsúly, mint a fehér és a kevert népesség körében. A testmérettel kapcsolatos helyi normák megvédhették a fekete közösség fiatal nő tagjait az USA-ból és Hollandiából a médián és más módon beáramló karcsúság-ideáltól (Hoek és mtsai, 2005).



Amint a bevezetőből is látható, számos kutatás vizsgálta már a testkép és média kapcsolatának kérdését, azonban jellemzően egy-egy területet emeltek ki. Jelen dolgozatomban megpróbálom átfogóan kezelni és bemutatni a vizuális tömegmédiát, így vizsgálatom során is kitérek mind a három nagy területére (Internet, TV, nyomtatott sajtó), különös hangsúlyt fektetve az Internetre, amelyet még kevesen vizsgáltak ebből a nézőpontból. Arra keresem a választ, hogy ezek a fent felsorolt médiumtípusok befolyásolják-e, és ha igen, hogyan, milyen mértékben a nők testképét, ill. testtel kapcsolatos attitűdjét, valamint hogy ez a hatás, ha jelen van, egyforma mértékű és milyenségű-e különböző korosztályoknál.

## **Hipotézisek**

1. A korábban olvasott szakirodalmak és saját tapasztalataim alapján az várható, hogy a fiatalabb korosztály testképe, ill. testtel kapcsolatos attitűdje negatívabb az idősebb korosztályénál.

2. A nagyobb mértékű médiafogyasztás hatására a vékonyság-ideál internalizációja erőteljesebb, így azok, akik több időt töltenek naponta TV-nézéssel, újságolvasással és Internetezéssel, karcsúbb alakot tartanak ideálisnak maguknak, mint azok, akik kevesebbet vannak kitéve ezeknek a médiáknak.

## **Módszerek**

### *Résztvevők*

A tanulmány kontrollcsoportos helyzetre épül, így a teljes mintát két eltérő korosztály teszi ki. A fiatalabbak 15-17 év közötti lányok, akik egy kecskeméti gimnázium tanulói közül kerültek ki hozzáférhetőségi mintavétellel. Ebbe a csoportba 56 fő tartozott, átlagéletkoruk 15,85 év. A másik, idősebb korcsoport tagjai, 53 fő, a Szegedi Tudományegyetem hallgatói, illetve más, legalább középfokú végzettséggel rendelkező nők voltak. Átlagéletkoruk 22,43 év.

A vizsgálati személyek minden esetben tájékoztatást kaptak a vizsgálat céljáról és menetéről, valamint biztosítottam őket a névtelenség megőrzéséről. Az etikai szabályokat mindkét csoportnál betartottam, a vizsgálatba való beleegyezésüket aláírásukkal igazolták. Résztvételükért semmilyen ellenszolgáltatást nem kaptak.



## *Eszközök*

A tanulmányom témájának kiválasztása, és a szakirodalmak áttekintése, valamint előzetes ismereteim alapján egy négy tesztből álló papír alapú battériát állítottam össze, melyek mást és mást mértek.

A teljes énkép (így többek között a testkép) mérésére az ezen a területen egyik leggyakrabban használt Tennessee énkép skálát használtam, melynek száz iteme hat alcsoportra osztható: testképet, morális énképet, individuális ént, családi énképet, szociális énképet és önkritikát vizsgáló kérdésekre. A válaszokat egy ötfokú skálán kell elhelyezni (1-egyáltalán nem igaz; 5- teljesen igaz), az első öt faktorhoz 18-18 kérdés tartozik, így az értékek 18-90 között mozoghatnak, míg az önkritikához tíz kérdés kapcsolódik, itt 10 és 50 között helyezkedhetnek el a válaszok pontértékei. Minél magasabb a pontszám, a személy énképe annál pozitívabb, illetve annál inkább hajlamos az önkritikára.

Szintén testképet, illetve testtel kapcsolatos attitűdöket vizsgál a Testi Attitűdök Tesztje (*Body Attitude Test*, Probst, Vandereycken és mtsai, 1995), melyet Túry Ferenc adaptált magyar nyelvre. A BAT 20 állítását (18 egyenes és 2 fordított) hatfokozatú (0: soha; 5: mindig), Likert-típusú skálán kell értékelni. 100 pont érhető el maximum – minél magasabb a pontszám, annál kedvezőtlenebb a testélmény.

A harmadik teszt az *Emberalakrajzok Tesztje (EAT)* (Fallon és Rozin, 1985), melyben a vizsgálati személyeknek kilenc-kilenc különböző tápláltsági állapotú (extrém soványtól az extrém kövérig) sematikusan ábrázolt női illetve férfi rajzból kell kiválasztaniuk az alattuk szereplő hét kérdésre a választ, melyek a következők: Melyik ábra felel meg a jelenlegi saját alakjának?, Melyik ábrázolja azt a testet, amit saját magának ideálisnak tartana?, Melyik ábra mutatja ön szerint az ideális férfi-alakot?, Melyik ábra mutatja ön szerint az ideális nő-alakot?, Melyik ön számára a legvisszataszítóbb férfi alak?, Melyik ön számára a legvisszataszítóbb női alak?, Ön szerint melyik női test a legvonzóbb a férfiak számára?

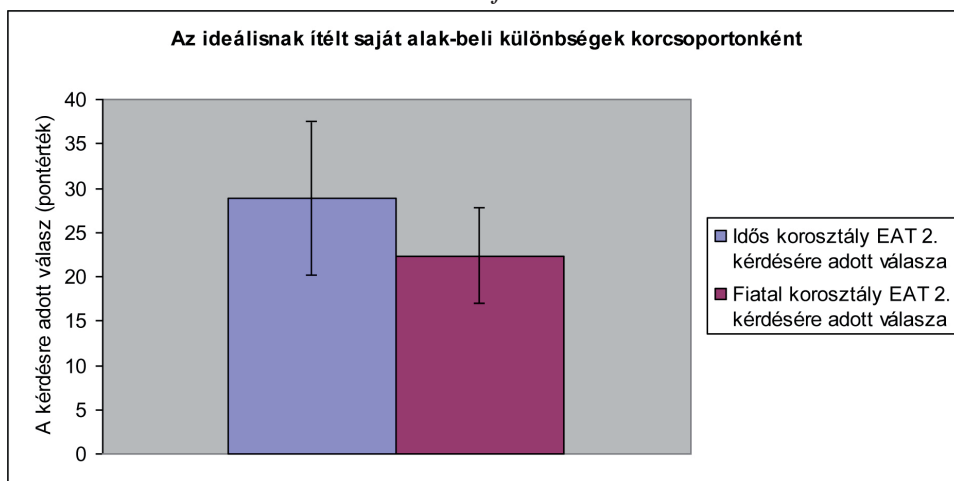
A negyedik tesztet, mely az alanyok médiával kapcsolatos attitűdjeit, médiafogyasztási szokásait vizsgálta, én állítottam össze. A tesztben vegyesen szerepeltek attitűdskálák (Pl. Jelölje az alábbi négyfokú skálán, hogy melyik műsortípust mennyire kedveli!), nyitott kérdések (Milyen újságokat olvas? Sorolja fel őket!), eldöntendő (Van-e otthon tévékészüléke?), illetve többszörös választásos (Mit csinál, mikor a műsor közben, amit néz, reklámot ad a TV? - a, b, c, és d vá-

laszok voltak megadva) feladatok. A kérdések (a reklámokra vonatkozók kivételével) a vizuális médiára szorítkoztak, így a nyomtatott sajtóra, a televízióra és az Internetre. A reklámok esetében a rádióban hallható hirdetésekkel kapcsolatban is szerepetek kérdések.

## Eredmények

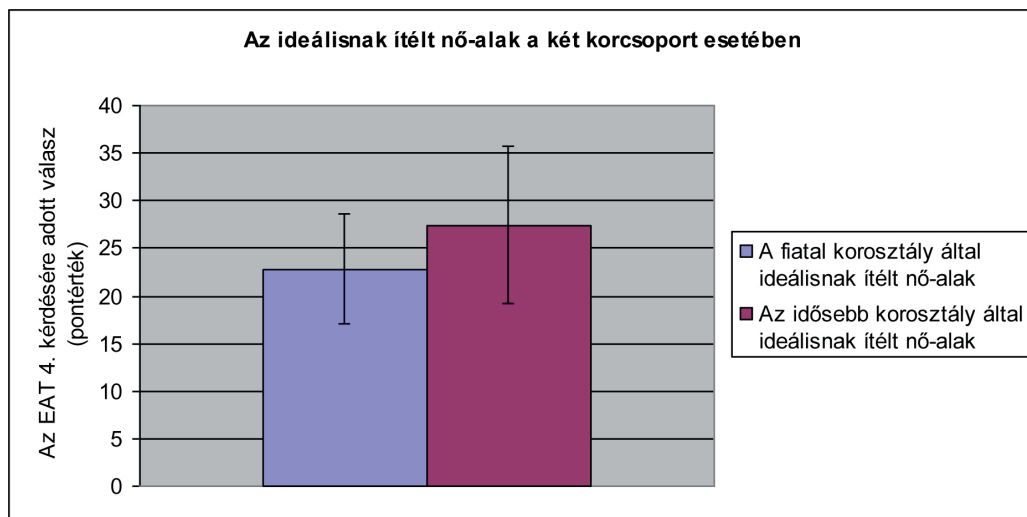
1. Először az életkor és a testkép kapcsolatát vizsgáltam: van-e különbség a két korcsoport testképe között. Az EAT teszt második kérdésére adott válasz (Melyik ábra ábrázolja azt a tesztet, amit saját magának ideálisnak tartana?) jó mutatója a testtel kapcsolatos attitűdnek, így elvégeztem egy Khí-négyzet próbát a két korcsoportot összehasonlítva, mely erős szignifikanciát mutatott ( $\chi^2(6)=27,669$ ;  $p<0,01$ ), tehát *szignifikánsan különbözik a fiatalok által ideálisnak ítélt (a csoport erre a kérdésre adott átlaga:  $M=22,32$  ( $SD=5,39$ )) és az idősebb csoport által ideálisnak ítélt ( $M=28,87$  ( $SD=8,56$ )) testalkat*. Ahogyan az ábra is mutatja, *az idősebbek sokkal megengedőbben nyilatkoztak arról, milyen alak számít ideálisnak saját maguk számára*.

3. ábra: a fiatal korosztály szignifikánsan vékonyabb testalkatot találja ideálisnak saját maga számára, mint az idősebb korosztály. Az y tengely értékei az EAT tesztben szereplő 10, 20, ..., 90-nel jelölt alakok pontszámát mutatják, ahol a 10 a legvékonyabb, a 90 a legtestesebb alakot jelöli.



- Az EAT negyedik kérdését (Melyik ábra mutatja ön szerint az ideális nő-alakot?) szintén Khí-négyzet próbával vizsgálva a két csoport között szignifikáns eredményt mutatkozott ( $\chi^2(7)=15,866$ ;  $p=0,026$ ).

4. ábra: a fiatal korosztály szignifikánsan vékonyabb alakot tart az ideális nő-alaknak, mint az idősebb korosztály. Az y tengely értékei a fenti ábrához hasonlóan az EAT-ban szereplő sematikus nőalakokat vékonysági fokát jelölik (Az értékek 10- 90 között mozognak, ahol a 10 a legvékonyabb, a 90 a legtestesebb alakot jelöli.)



- Az EAT harmadik kérdésére (Melyik ábra mutatja ön szerint az ideális férfi-alakot?) adott válaszok között szignifikáns eltérés mutatkozik a csoportok között ( $\chi^2(7)=25,741$ ;  $p=0,001$ ).

2. A Tennessee énkép három alfaktorát, az individuális ént, a testképet és az önkritikát Spearman-féle rangkorrelációnak vetettem alá, melyek közül az önkritika és az individuális én pozitív irányú, enyhe korrelációt mutatott ( $r=0,263$ ;  $p=0,006$ ). Az önkritika és testkép, illetve az individuális én és testkép nem hozott szignifikáns eredményt ( $p>0,05$ ).

Ezek után az Emberalakrajzok Tesztjének kérdéseit vettem össze egymással, más-más tekintetben.

3. Először az első két kérdésre adott válaszokat vizsgáltam, vagyis hogy milyen viszony van a között a testalkat között, amit a jelenlegi sajátjukként jelöltek meg, és amit maguknak ideálisnak tartának. Ehhez Spearman-féle rangkorrelációt alkalmaztam, mely pozitív irányú, erős együtt járást mutatott ( $r=0,561$ ;  $p<0,01$ ). Ennek értelmében elmondható, hogy „arányosan” szeretnék vékonyabbak

*lenni a vizsgálati alanyok*, tehát például az, aki 60-as alakkal rendelkezik, 40-es szeretne lenni, míg aki 40-es, az 20-asra vágyik.

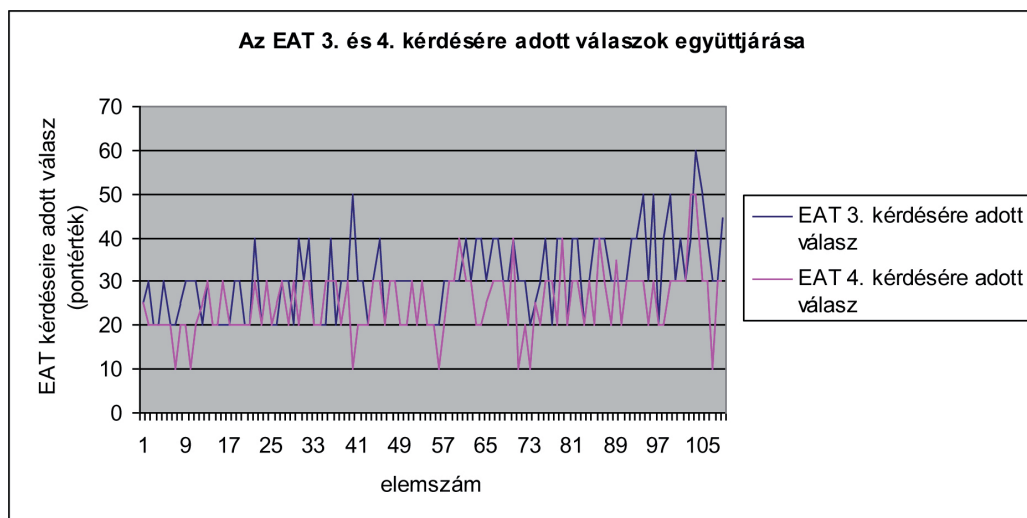
4. Ezek után a második és negyedik kérdést vizsgáltam, hogy milyen kapcsolat van a maguknak ideálisnak tartott alak, és általában a nőknek ideálisnak tartott alak között. Az előzővel megegyező korrelációs próba ugyancsak pozitív irányú, erős korrelációt mutatott ( $r=0,649$ ;  $p<0,01$ ), vagyis nagy együtt járás mutatkozik a kettőre adott válaszban (a fiataloknál  $EAT2$  átlaga= $22,32$  ( $SD=5,39$ ),  $EAT4=22,77$  ( $SD=5,79$ ), az időseknél  $EAT2=28,87$  ( $SD=8,56$ ), és  $EAT4=27,45$  ( $SD=8,28$ )).

5. A második (Melyik ábrázolja azt a testet, amit saját magának ideálisnak tartana?) és a hetedik (Ön szerint melyik női test a legvonzóbb a férfiak számára?) kérdést Spearman tesztnek alávetve pozitív irányú, közepes együtt járás figyelhető meg ( $r=0,426$ ;  $p<0,01$ ), tehát aki nagyon vékony alakot tart ideálisnak, az úgy gondolja, a férfiaknak is azt tetszik, illetve aki a teltebb alakot választotta ideálisnak, a szerint a férfiak is azt találják vonzónak.

6. Ugyanezt a két kérdést lineáris regressziónak alávetve ( $r=0,435$ ;  $r^2=0,149$ ,  $\beta=0,435$ ) közepes erősségű eredményt kaptam, ami a teljes variancia 18,9 %-át magyarázza. A saját ideálisnak tartott alak befolyásolhatja, hogy mit gondolnak arról a nők, hogy a férfiaknak milyen alkat tetszik.

7. A harmadik és negyedik kérdés között (Melyik ábra mutatja ön szerint az ideális férfi-alakot? és Melyik ábra mutatja ön szerint az ideális nő-alakot?) enyhe, pozitív irányú korreláció áll fenn ( $r=0,31$ ;  $p=0,001$ ), tehát *mutatkozott együtt járás abban, hogy személyenként milyen férfi, illetve női alakot találtak ideálisnak*.

5. ábra: a diagramok az ideálisnak ítélt férfi- és nő-alakok együttjárását mutatja: enyhe, pozitív irányú korreláció áll fenn a kettő között.



Ezek után a médiafogyasztási szokásokat vetettem össze a különböző testtel kapcsolatos attitűdökkel.

8. A napi médiahasználatot töltött összes időt (újság, Internet, TV) a Tennessee testképével és a BAT teszttel egyszempontos varianciaanalízisnek vettem alá – egyik sem mutatott szignifikáns eredményt.

9. Az összesített napi médiahasználatot ezután az EAT második kérdésére (Melyik ábrázolja azt a testet, amit saját magának ideálisnak tartana?) adott válaszokkal vettem össze egyszempontos varianciaanalízissel, ami szignifikáns eredményt mutatott ( $F(5)=2,905$ ;  $p=0,014$ ), tehát *a médiahasználat mértéke alapján szignifikáns különbség mutatható ki abban, hogy ki milyen testalakot tart ideálisnak magának.*

Az újságtípusok összevetése következett a testképet, testideált vizsgáló kérdésekkel.

10. Sem a Tennessee testképe, sem a BAT nem mutatott szignifikáns eredményt egyik újságtípussal sem, amiben szerepet játszhatott az, hogy a napi újságolvasással töltött idő mindkét csoportnál nagyon alacsony volt (1,07 és 1,19 – 1- napi egy óránál kevesebb, 2 – napi 1-3 óra).

11. Az EAT negyedik kérdése (Melyik ábra mutatja ön szerint az ideális nő-alakot?) a női és divatlapok kategória együttesében ANOVA teszttel törtnő vizsgálata során marginálisan szignifikáns eredményt hozott ( $F(4)=4,077$ ;  $p=0,06$ ).

Ezek után a TV műsortípusokat vetettük össze a testtel kapcsolatos adatokkal több szempontos ANOVA-t használva.

12. A Tennessee teszt testkép skálája a film kategóriával szignifikáns eredményt hozott ( $F(9)=2,761$ ,  $p=0,024$ ), míg a film és előadás ( $F(9)=2,14$ ;  $p=0,068$ ), a film és sport ( $F(4)=2,634$ ;  $p=0,06$ ) és az előadás és sport ( $F(4)=2,539$ ;  $p=0,067$ ) változók együttese marginálisan szignifikánsak lettek.

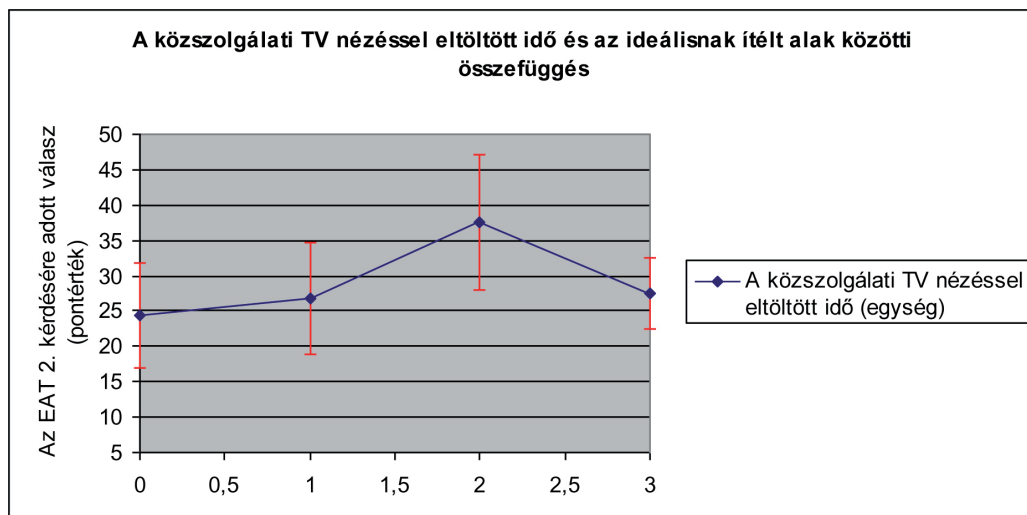
13. A BAT teszt eredményeivel és az EAT második kérdésére adott válasszal összevetve egyik műsortípus sem hozott szignifikáns eredményt.

14. Az EAT negyedik kérdése (Melyik ábra mutatja ön szerint az ideális nő-alakot?) mind a reklámmal ( $F(4)=7,127$ ;  $p=0,001$ ), mind az előadással ( $F(6)=5,594$ ;  $p=0,001$ ), mind pedig a sporttal ( $F(3)=6,721$ ;  $p=0,002$ ) szignifikáns eredményt hozott.

15. A csatornatípusok (közszolgálati vagy kereskedelmi) összevetése sem a Tennessee testkép faktorával, sem a BAT-tal nem eredményezett szignifikáns összefüggést.

16. Az EAT második kérdése szignifikáns különbséget mutatott a két csatornatípus között ( $F(3)=3,031$ ;  $p=0,033$ ). A kérdést tovább vizsgálva enyhe, pozitív irányú korrelációt kaptam az EAT második kérdése és a közszolgálati TV nézésének összefüggésében ( $r=0,238$ ;  $p=0,013$ ).

6. ábra: a közszolgálati televíziózás nézése enyhe, pozitív irányú korrelációt mutatott a v. sz-ek saját maguknak ideálisnak tartott alakjával, tehát minél többet néztek a vizsgálati személyek közszolgálati tv-t, annál „testesebb” alakot tartottak ideálisnak maguknak.



Az Internetezési szokások vizsgálata következett ezután.

17. A Tennessee testkép faktora a közösségi és fogyókúrával kapcsolatos oldalakkal interakciós hatást mutatott ( $F(2)=5,773$ ;  $p=0,008$ ). A közösségi oldalak enyhe, pozitív irányú együttjárást mutattak ezzel a testkép faktorról ( $r=0,206$ ;  $p=0,031$ ) Spearman-féle rangkorrelációval.

18. A BAT és az Emberalakrajzok Tesztjének kérdései nem mutattak szignifikáns eredményt.

Végül a reklámokkal kapcsolatos attitűdöt, reklámnézési szokásokat hasonlítottam össze a testképpel, testi attitűddel.

19. A reklámnézési szokások nem mutattak szignifikáns eredményt egyik testképet vizsgáló teszttel sem.

20. A reklámokra való odafigyelés, ill. a reklámok befolyásának felismerése sem mutatott szignifikáns hatást egyik médium esetében sem a testképpel kapcsolatban.

21. A több szempontos varianciaanalízist használva a reklámok szeretete azonban szignifikáns hatást mutatott mind a négy médium esetében a Tennessee testkép faktorával (TV:  $F(2)=6,713$ ;  $p=0,002$ ;



rádió:  $F(3)=5,21$ ;  $p=0,003$ ; újság+Internet+rádió:  $F(2)=4,204$ ;  $p=0,019$ ; TV+rádió+Internet+újság:  $F(1)=4,05$ ;  $p=0,049$ ).

## Megvitatás

A csak a testképet és életkort vizsgáló eredmények alapján a két korcsoport testképe, illetve testi attitűdje nem mutatott szignifikáns eredményt, tehát az a hipotézisem, mely szerint az idősebb korosztály pozitívabb testképpel rendelkezik, mint a fiatal, nem igazolódott be. Ugyanakkor megjegyzendő, hogy mind a fiatal, mind pedig az idősebb korosztály *Tennessee-vel mért testképe a normálisnál alacsonyabb zónába esik*, ami azt jelenti, hogy nem elégedettek magukkal a megkérdezett lányok és nők, kortól függetlenül megjelenik a testükkel való elégedetlenség. Már itt megjelenik tehát a normatív panasz, és a vékonyság-ideál internalizációja, amiről több tanulmány is, melyeket az Elméleti bevezető részben bemutatam, beszélt a szociokulturális nyomás eredményeként.

Noha a két testképet mérő teszt (Tennessee és BAT) nem mutatott szignifikáns különbséget a két korcsoport között, az EAT második (Melyik ábrázolja azt a testet, amit saját magának ideálisnak tartana?) és negyedik (Melyik ábra mutatja ön szerint az ideális nőalakot?) kérdésére adott válaszok azonban jelentős eltérést mutattak. Ennek értelmében elmondható, hogy *a két korcsoport által ideálisnak tartott testalak különbözik egymástól*, méghozzá oly módon, hogy a fiatalabbak szignifikánsan vékonyabb alkatot tartanak önmaguk és általában a nők számára is kíváncsnak, mint az idősebb korosztály. Ezt az eredményt azzal magyarázom, hogy az idősebb korosztály már érettebb, tapasztaltabb, stabilabb én- és testképpel rendelkezik, akikre kevésbé van befolyással a média, illetve nem annyira szélsőségesen viszonyulnak az „ideális test” témájához.

Az EAT első és második kérdése közötti erős együtt járás alapján elmondható, hogy – kortól függetlenül – *megfigyelhető egy „arányosság” aközött, hogy milyen a jelenlegi alakjuk és amilyenre vágnak*, tehát nem mindenki 10-es vékonyságú szeretne lenni, attól függetlenül, hogy milyen alakkal rendelkeznek, hanem például az, aki 60-asnak ítéli meg jelenlegi alakját, 40-es szeretne lenni, míg aki 40-es, az 20-asra vágyik.

Mindkét korcsoportról elmondható az EAT második és negyedik kérdésére adott válaszaik alapján, hogy jellemzően *nem tesznek*

*különbséget aközött, hogy számukra, és általában a nők számára mi az ideális.* Pedig számos tényező (pl. öröklés, hajlam, élettani folyamatok, csontozat, betegségek stb.) van, mely meghatározza alkatunkat, hogy milyen könnyen vagy nehezen érhetjük el az áhított testsúlyt, és hogy egyáltalán milyen határokon belül mozoghatunk. Az alkati és egyéb faktorok miatt nem várhatjuk el magunktól ugyanazt, amit egy teljesen más adottságokkal rendelkező nőtől. A korcsoportok között ebben nem mutatkozott szignifikáns eltérés, de megemlítem, hogy valamelyest itt is „reálisabban” gondolkodnak az idősebbek, akiknél – pusztán egy-két pontértékkal, de – magasabb számot kaptam a saját ideális alakra, mint általában az ideális nő-alakra, tehát valamivel megengedőbbek voltak önmagukkal. A fiataloknál pedig ez az arányszám épp a fordítottja volt, maguknak még vékonyabb alakot képzelnek el ideálisnak, mint általában a nőknek.

A második (Melyik ábrázolja azt a testet, amit saját magának ideálisnak tartana?) és a hetedik (Ön szerint melyik női test a legvonzóbb a férfiak számára?) kérdésre adott válaszok korreláltak egymással, tehát *olyan alakot tartottak maguknak ideálisnak, amiről úgy gondolták, a férfiaknak is az tetszik.* Feltételezhető, de a kvantitatív adatokból meg nem állapítható az ok-okozati viszony a kettő között, tehát hogy azért szeretnének bizonyos alakot maguknak a nők, mert véleményük szerint az a férfiaknak tetsző. Azt, hogy ez a vélekedésük miből származik, szintén nem tudjuk megmondani biztosan, hiszen fennáll a lehetősége, hogy a vizsgált személyeknek biztos tudása van egy konkrét felmérésről, de valószínűbb, hogy ezt a média által közvetített információkból gondolják, hiszen a filmekben, reklámokban, újságokban döntőrészt vékony, csinos nők szerepelnek, így a mozifilmek szerelmi kapcsolataiban is. Természetesen saját tapasztalatuk is lehet ezen a téren, hiszen az autószerelő műhelyek falain lévő naptárokon, a fiúismerősök szobáiban lévő férfigazdaságokban szereplő nőket látva egyszerre kiált fel a férfitársadalom: „De jó csaj!”, aminek alapján joggal gondolhatják, hogy a férfiak ezeket a nádszálvékony és alkatukhoz képest meglehetősen nagy mellel rendelkező nőket tartja az ideálnak.

Szintén együtt járás volt megfigyelhető a harmadik és negyedik kérdésre adott válaszok (Melyik ábra mutatja ön szerint az ideális férfi-alakot? és Melyik ábra mutatja ön szerint az ideális nő-alakot?) között, *tehát aki a nagyon vékony férfi-alakot tartotta vonzónak, az a nők esetében is a vékonyabbat preferálta, és fordítva, aki a valami-*

*vel teltebb alakot találta ideálisnak az egyik nemnél, az úgy járt el a másíknál is.*

Bár a két korcsoport között nem beszélhetünk „generációs szakadékról”, mégis erőteljes különbség mutatkozott az ideálisnak ítélt férfi-alak között (a fiataloknál az átlag 26,61, míg az idősebbeknél 35,09), amit én a néhány éve divatba jövő „emo” stílus hatásának tulajdonítok, mely az idősebb korosztályt épp „elkerülte”, így a férfiaknál talán nem annyira egységes az ideál mint a nőknél. Egyszerre vannak jelen a kifejezetten vékony, „hosszú”, szálkás alkatú, és a masszívabb felépítésű, széles vállú-hátú, kidolgozott testű férfiak az ideális férfi-alakok között.

A napi médiahasználat mennyiségét összesítve, tehát az egy nap újságolvasással, TV nézéssel és Internetezéssel töltött időt összevetve a két testképet vizsgáló teszttel nem kaptam szignifikáns különbséget.

*Az a hipotézisem viszont, mely szerint aki több időt tölt naponta TV-nézéssel, újságolvasással és Internetezéssel, karcsúbb alakot tart ideálisnak magának, mint az, aki kevesebbet van kitéve ezeknek a médiáknak, beigazolódot.* Az összesített napi médiahasználatot és az EAT második kérdését (Melyik ábrázolja azt a testet, amit saját magának ideálisnak tartana?) összevetve szignifikáns különbség mutatható ki. *Azok, akik több időt töltenek a fent felsorolt tevékenységekkel, vékonyabb alkatot tartanak ideálisnak maguknak, mint akik kevesebb ideig vannak kitéve ezeknek az elfoglaltságoknak.*

Az újságtípusokkal kapcsolatos eredmények csak tendenciózus vagy marginális szignifikanciát eredményeztek azokra a kategóriákra, amiknek valószínűsíthető a testképre gyakorolt hatásuk (bulvár, női újságok és divatlapok), ami valószínűleg annak tudható be, hogy rendkívül alacsony a napi újságolvasással töltött idő (feltehetőleg amiatt, hogy ebben a generációban már nincs meg az újságolvasásnak a szertartásos jellege, illetve szinte minden hozzáférhető digitális formában is, ráadásul ingyen). Mindezek ellenére a divatlapok olvasását összevetve az EAT második kérdésével (Melyik ábrázolja azt a testet, amit saját magának ideálisnak tartana?), ha nem is szignifikáns eredményként, de egy monoton csökkenő grafikont kaptam, tehát a nagyobb mértékű divatlap-olvasás vékonyabb alak preferálását vonta maga után.

A korábbi szakirodalmi adatokkal legeggybevágóbb eredményként *szignifikáns különbség mutatkozott a filmnézési attitűd és a Tennessee testkép alfaktora között. Tehát minél jobban szeret valaki filmeket (játék-*

*film, filmsorozat, szappanopera) nézni, annál negatívabb a testképe.* További marginálisan szignifikáns adatok alapján az előadásnak (zenei és show-műsorok) és sportnak is van hasonló hatása a testképre, ám ezek csak más változókkal együtt fejtettek ki akkora hatást, mely megmutatkozott számszerűen.

További eredményként a kétféle csatornatípust (közszolgálati vs. kereskedelmi) összevetve az EAT második kérdésével, szignifikáns különbséget kaptam. További tesztek elvégzése után kiderült, hogy enyhe, pozitív irányú együttjárás mutatható ki a közszolgálati tv iránti attitűd és a vékonyság-ideál között. Konkrétan: *minél többet néz valaki közszolgálati televíziót, annál „testesebb” alakot választott magának ideálisnak.*

Az internetezési szokások ilyenén jellegű vizsgálatáról nem találtam szakirodalmat, a legfrissebb kutatások is a tv-nézési vagy újságolvasási szokásokat vizsgálják jellemzően. Sajnos, nem találtam összefüggést az általam „kritikusnak” ítélt honlapok (pl. „női oldalak”, fogyókúrával kapcsolatos oldalak, szépségápolással kapcsolatos oldalak) látogatása és a testkép között, amit annak tulajdonítok, és talán ez az oka annak is, hogy nem jellemző ennek a területnek a kutatása, hogy az Internetet kiterjedésénél fogva nagyon nehéz kontrollálni, vizsgálni, és nem beszélhetünk egységes internetezési szokásokról. Az egyetlen szignifikáns eredmény *a közösségi oldalak látogatásával függ össze* (amit jellemzően naponta többször is megtesznek kortól függetlenül): *enyhe, pozitív irányú együttjárást mutattak a Tennessee teszt testkép faktorával, tehát minél gyakrabban használja valaki az ilyen jellegű oldalakat, annál pozitívabb a testképe.* Ennek magyarázatán gondolkodva arra jutottam, hogy ezek az oldalak többnyire a magunkról szóló információk megosztásán alapulnak, akár csak szövegesen, de jellemzőbb módon képekkel, amikhez kommenteket is lehet fűzni, sőt, a mára talán legelterjedtebbé vált ilyen oldalon, a Facebook-on egyetlen gombnyomással „lájkolhatják”, fejezhetik ki tettségüket egymásnak a felhasználók. Elképzelhetőnek tartom, hogy ez a rengeteg pozitív visszajelzés van ilyen „gyógyhatással” a testképre.

A reklámok esetében egyedül a reklámok „szeretetének” mértéke mutatott szignifikáns különbséget a Tennessee testkép mérő alfaktorával a TV és rádió esetében önállóan is, illetve az újság+Internet+rádió és a TV+rádió+Internet+újság együttesen. Ezek alapján elmondható, hogy *minél jobban szereti valaki a reklámokat, annál negatívabb testképpel rendelkezik.* Az adatokat összegezve el-

mondható, hogy kortól függetlenül a vizsgálatban részt vevő lányok és nők elégedetlenek a testükkel, és a saját, jelenlegi alakjuknál vékonyabbat tartanak ideálisnak. Ez a fiatal korosztálynál fokozottabban igaz.

A média hatását a testképre több adat is igazolta. A fokozott médiának való kitétellel arányosan a lányoknál és nőknél megjelent a karcsúság-ideál internalizálása, vagyis a médiában megjelenő vékony nőket tekintették mintaképnek. A legjelentősebb eredmény a filmnézés megmutatkozó hatása a testképre, minél inkább szeretnek sorozatokat, szappanoperákat és játékfilmeket nézni, annál negatívabb eredményt kaptam a testképre nézve. Az újságolvasás és internetezés hatása is megmutatkozott, de nem ilyen jelentős mértékben. A reklámok szeretetének mértéke szintén hatással volt a testképre, hasonlóan a filmekhez.

## **Konklúzió és kitekintés**

Tanulmányomban átfogó jelleggel kívántam megvizsgálni a vizuális tömegmédia hatását a testképre és testtel kapcsolatos attitűdökre. Fejlődési vonatkozása, hogy két korcsoporttal végeztem a vizsgálatot, így bizonyos tendenciák, különbségek is megfigyelhetők lettek a serdülők és a fiatal felnőttek között. A kapott adatok jól illeszkednek a dolgozat elején bemutatott kutatások eredményeibe, és tovább bővítik azok körét. Legfontosabbnak azonban azt tartom, hogy ezek az információk, adatok eljussanak a megfelelő fülekbe, hiszen napjainkra a testkép- és étkezési zavarok prevalenciája világszerte megnőtt, különös tekintettel a nyugati társadalmakra, melynek, úgy tűnik, a kultúrája sem nyújt kellő védelmet a média és reklámpar nyomásával szemben.

Az elmúlt időszakban fel-felbukkant egy-két kezdeményezés, melyben megjelent ellenszélként az „átlagos nő”, például a „Dove – Kampany a valódi szépségért” projektjében, ahol különböző „testi hibákkal” rendelkező nők kerültek az óriásplakátokra és tv-reklámokba, hirdetésen, hogy a szeplő, nagy orr, túlsúly vagy épp ősz haj nem bélyeg, nem szégyellnivaló dolog. „A szépséget sokáig a korlátolt, sokak számára lehangoló sztereotípiák határozták meg. Ennek véget kell vetni egyszer! Mi megteesszük. Mert hisszük, hogy a valódi szépség formától, mérettől és kortól független.” (<http://www.kampanyavalodiszepsegert.hu/article.aspx?id=article3>). Lehetséges, hogy ennek alapja is egy egyszerű mar-

ketingfogás, hiszen szívesebben vásárolunk olyan cég termékeit, melyekkel szimpatizálunk, és mi kelthet nagyobb fokú szimpátiát, mint ha elhisszük, hogy itt mi is szépek vagyunk, egyek lehetnénk a hirdetésről mosolygó lányok közül. Akárhogy is, legalább ennyivel kevesebb plakát üzenete nyomasztja a nőket. Egy másik kezdeményezésként először Madridban, majd egyre több helyen hoztak rendeletet arról, mekkora minimális testsúllyal foglalkoztathatják a modelleket. A 18,0-as testtömegindex alatti (ami a normális tartomány alsó határa) nők nem léphetnek már kifutóra számos országban – így próbálnak az ügynökségek és egészségügyi minisztériumok gátat vetni a divatbemutatókon történő tragédiáknak, hiszen az elmúlt években több tizen- és huszonéves modell halt meg anorexia következtében.

És amíg a médiának nem lehet gátat szabni, fontos lenne tudatosítani már kora gyermekkortól kezdve, hogy „nem mind arany, ami fénylik”. Már öt-nyolc éves lányoknál kimutatható volt a csökkent önbecsülés és a megnövekedett vékonyság iránti vágy, miután Barbie babák képeit nézték velük (akit modellezve egyébként egy 178 cm magas, 45 kg-os nőt kapnánk, akinek 34-es lába, 120 cm-es a mell- és 46 cm-es a derékbősége lenne) (Dittmar és mtsai, 2006). Fontos az egész társadalomnak beszélni ezekről a témákról, amiben mind a szülőknek, mind a pedagógusoknak, és természetesen a szakembereknek, köztük nekünk, pszichológusoknak is, nagyon nagy szerepe van.

## Irodalomjegyzék

Angelusz, R. (1983) *Kommunikáló társadalom*. Gondolat Kiadó, Budapest.

Bajomi-Lázár, P. (2006) *Média és társadalom*., PrintX-Budavár: Médiakutató Alapítvány, Budapest.

Bandura, A. (1994) Social cognitive theory of mass communication. In Bryant, J., Zillman, D. (eds.) *Media effects: Advances in theory and research*.61-90. Erlbaum, Hillsdale.

Becker, A. E. (2004) Television, disordered eating, and young women in Fiji: Negotiating body image and identity during rapid social change. *Culture, Medicine and Psychiatry*, 28, 533-559.

Becker, A. E., Burwell, R. A., Gilman, S. E., Herzog, D. B. & Hamburg, P. (2002) Eating behaviors and attitudes following prolonged television exposure among ethnic fijian adolescent girls. *The British Journal of Psychiatry*, 180, 509–514.



Blumler, J. G. & Katz, E. (1974) *The Uses of Mass Communication*. Sage, Newbury Park.

Cash, T.F. (2002) Cognitive-behavioral perspectives on body image. In Cash, T.F., Pruzinsky, T. (eds) *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. 38-46. Guilford Press, New York.

Celio, A.A., Zabinski, M.F., & Wilfley, D.E. (2002) African American body images. In Cash, T.F., Pruzinsky, T. (eds) *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. 234-242. Guilford Press, New York.

Chrobacsinszky E. (2009) *A reklámok hatása a testképre* (szakdolgozat). Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest.

Czeglédi E., Urbán R., Rigó A. (2009) *Elhízás és testképpel való elégedetlenség. Magyar Pszichológiai Szemle, 64. 2, 313-336.*

Dittmar, H., Halliwell, H., Ive, S. (2006) Does Barbie make girls want to be thin? The effect of experimental exposure to images of dolls on the body image of 5- to 8-year-old girls. *Developmental Psychology, 42, 2, 283-292.*

Donath, S. (2000) Who's overweight? Comparison of the medical definition and community views. *Medical Journal of Australia, 172, 8, 375-377.*

Drewnowski, A., Risky, D., Desor, J.A. (1982) Feeling fat yet unconcerned: Self-reported overweight and the restraint scale. *Appetite: Journal for Intake Research, 3, 273-279.*

Fallon, A.E., Rozin, P. (1985) Sex differences in perceptions of desirable body shape. *Journal of Abnormal Psychology, 94, 1, 102-105.*

Festinger, L. (1954) A theory of social comparison processes. *Human Relations 7, 117-140.*

Festinger, L. (1957) *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press, Stanford

Field, A.E., Cheung, L., Wolf, A.M.H., Herzog, D.B., Gortmaker, S.L., Colditz, G.A. (1999) Exposure to the mass media and weight concerns among girls. *Pediatrics, 103, 36.*

Fitzgibbon, M.L., Blackman, L. R., Avellone, M.E. (2000) The relationship between body image discrepancy and body mass index across ethnic groups. *Obesity Research, 8, 582-589.*



Fox, K. (1997) Mirror, mirror. A summary of research findings on body image. Social Issues Research Centre. URL: <http://www.sirc.org/publik/mirror.html> (letöltve: 2011-04-03).

Garner, D.M., Garfinkel, P.E., Schwartz, D., Thompson, M. (1980) *Cultural expectations of thinness in women. Psychological Reports*, 47, 483–491.

Gerbner, G. (1969) Toward 'Cultural Indicators': The Analysis of Mass Mediated Message Systems. *AV Communication Review*, 17, 2, 137-148.

Gerbner, G. (2000) *A média rejtett üzenete*. Osiris Kiadó, Budapest.

Glynn, C.J., Jeong, I. (2003) Public Opinion and the Media. In Johnston, D.H. (ed) *Encyclopedia of International Media and Communications*. 631-640. Academic Press, San Diego.

Hall, S. (1980) Encoding and Decoding in the Television Discourse. In Hall, S. (ed) *Culture, media, language: working papers in cultural studies*. Hutchinson, London.

Harrison, K., Cantor, J. (1997) The relationship between media consumption and eating disorders. *Journal of Communication*, 47, 1, 40–67.

Herman, E., Chomsky, N. (1988) *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books, New York.

Hoek, H.W., van Harten, P.N., Hermans, K.M.E. (2005) The incidence of anorexia nervosa on Curaçao. *American Journal of Psychiatry* 2005, 162, 748-752.

Jackson, L.A. (2002) Physical attractiveness: A sociocultural perspective. In Cash, T.F., Pruzinsky, T. (eds) *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. 55-62. Guilford Press, New York.

Jansen, A. (2008) A Cross Cultural Study of Body Image and Eating Habits Between Genders. *UW-L Journal of Undergraduate Research XI*

Jansen, W., van de Looij-Jansen, P.M., de Wilde, E.J., Brug, J. (2008). Feeling fat rather than being fat may be associated with psychological well-being in young dutch adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 42, 2, 128-136.

Encyclopedia of International Media and Communications. 631-640. Academic Press, San Diego.

Dayan, D., Katz, E. (1992) *Media Events. The Live Broadcasting of History*. Harvard University Press, Mass., Cambridge.

Katzmarzyk, P.T., Davis, C. (2001) Thinness and body shape of Playboy centerfolds from 1978 to 1998. *International journal of Obesity and Related Metabolic Disorders : Journal of the International Association for the Study of Obesity*, 25, 4, 590-592.

Kawamura, K. (2002) Asian American body images. In Cash, T.F., Pruzinsky, T. (eds) *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. 243-249. Guilford Press, New York.

Keel, P.K., Klump, K.L. (2003) Are eating disorders culture-bound syndromes? Implications for conceptualizing their etiology. *Psychological Bulletin*, 129, 747-769.

Klapper, J.T. (1960) *The effects of mass communication*. Free Press, New York.

Lasswell, H. (1927) *Propaganda techniques in the world war.*, Knopf. New York.

Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., Gaudet, H. (1948) *The People's Choice*. University Press, Columbia.

McCombs, M.E., Shaw, D.L. ([1972] 1995) The agend-setting function of mass media. In Boyd-Barrett, O., Newbold, C. (eds) *Approaches to Media. A Reader*. Arnold, London.

Média in Kommunikációtudományi Nyitott Enciklopédia. URL: <http://ktnye.akti.hu/index.php/M%C3%A9dia> (letöltve: 2011-04-06.)

Noelle-Neumann, E. (1974) The spiral of silence: a theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24, 43-51.

Probst, M., Vandereycken, W., van Coppenolle, H., Vanderlinden, J. (1995) The Body Attitude Test for patients with an eating disorder: psychometric characteristics of a new questionnaire. *Eating Disorders*, 3, 133-144.

Rodin, J., Silberstein, L., Striegel-Moore, R. (1985) Women and weight: A normative discontent. In Sonderegger, T. B. (ed) *Psychology and Gender: Nebraska Symposium on Motivation*. 277-307. University of Nebraska Press, Lincoln.

Sallay H. (2001) *A self vizsgálata: kérdések, problémák és kihívások. Alkalmazott Pszichológia, 1, 1, 15–28.*

Shaw, H., Ramirez, L., Trost, A., Randall, P., Stice, E. (2004) Body image and eating disturbances across ethnic groups: More similarities than differences. *Psychology of Addictive Behaviors, 18, 1, 12-18.*

Sondhaus, E. L., Kurtz, R. M., Strube, M. J. (2001) Body attitude, gender, and selfconcept:

A 30-year perspective. *Journal of Psychology, 135, 4, 413-429.*

Stice, E., Schupak–Neuberg, E., Shaw, H. E., Stein, R. I. (1994) Relation of media exposure to eating disorder symptomatology: An examination of mediating mechanisms. *Journal of Abnormal Psychology, 103, 836–840.*

Stice, E., Spangler, D., & Agras, W.S. (2001) Exposure to media–portrayed thin–ideal images adversely affects vulnerable girls: A longitudinal experiment. *Journal of Social and Clinical Psychology, 20, 270–288.*

Szabó P. (1996) Testkép és zavarai, testorientált terápiák. *Psychiatria Hungarica, 11, 3, 311–325.*

Tiggemann, M. (2003) Media exposure, body dissatisfaction and disordered eating: Television and magazines are not the same! *European Eating Disorders Review, 11, 418–430.*

Tiggemann, M., McGill, B. (2004) The role of social comparison in the effect of magazine advertisements on women's mood and body dissatisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology, 23* (Special Issue: Body Image and Eating Disorders), 23-44.

Tiggemann, M., Pickering, A.S. (1996) Role of television in adolescent women's body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Eating Disorders, 20, 199–203.*

Tiggemann, M., Slater, A. (2004) Thin ideals in music television: A source of social comparison and body dissatisfaction. *International Journal of Eating Disorders, 35, 48-58.*

Terestyényi T. (2006) *Kommunikációelmélet. A testbeszédtől az internetig.* MTA-Elte-AKTI, Budapest.

Túry F., Szabó P. (2000) *A táplálkozási magatartás zavarai: az anorexia nervosa és a bulimia nervosa.* , Medicina. Budapest.

Ujjfalussy, D.J. (2010) „Megszaladt” szépségideálok, A testképzavarok és táplálkozási rendellenességek az evolúcióbiológia és a humánétológia tükrében. In Csányi, V., Miklósi, Á. (eds) *Fékevesztett evolúció. Megszaladási jelenségek az emberi evolúcióban*. 117-132., Typotex Kiadó, Budapest.

van den Berg, P., Neumark-Sztainer, D.N., Hannan, P. J., Haines, J. (2007) Is dieting advice from magazines helpful or harmful? Five year associations with weight-control behaviors and psychological outcomes in adolescents. *Pediatrics*, 119, 1, 30-37.

Williamson, D.A., Steward, T. M., White M.A., & York-Crowe E. (2002) An information-processing perspective on body image. In Cash, T.F., Pruzinsky, T. (eds) *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. 47-54. Guilford Press, New York.

Wiseman, C.V., Gray, J.J., Mosimann, J.E., Ahrens, A.H. (1992) Cultural expectations of thinness in women: An update. *International Journal of Eating Disorders*, 11, 85–89.

Wolf, N. (1999) *A szépség kultusza*. Csokonai Kiadó. Debrecen.

Zhang, Y., Dixon, T., Conrad, K. (2009). Rap Music Videos and African American Women's Body Image: The Moderating Role of Ethnic Identity. *Journal of Communication*, 59, 262-278

*Tregova Anita***Internet és társadalom**

A magyarországi internetes populáció sajátosságai

**Témafelvetés**

Az elmúlt húsz év során a technika soha nem látott mértékű fejlődése zajlott le, nem elhanyagolható következményekkel a társadalomra nézve. A televízió és a mobiltelefon megjelenése mellett egy jelentős innováció – az akkor még médiumnak titulált – internet létrejötté és térnyerése mára már kimondhatjuk, alapjaiban formálta át a mindennapi életet.

Az internet rohamos terjedése következtében nagy mértékben gyorsult fel a kommunikáció, magával vonva a hétköznapiak tempójának felgyorsulását is. Az a generáció, mely együtt nőtt fel az internettel, beleszületve ebbe az információ dús közegbe, beépítette mindennapjaiba a technikai vívmányok használatát, természetesnek tekintve azt. Ezt, a mai 15-30 éves generációt Y generációnak nevezik.

Ám a társadalom azon rétegei, akik az idősebb generációkhoz tartoznak, kevésbé képesek lépést tartani a folyamatosan megújuló technikai világgal, kevésbé mozognak benne otthonosan, éppen ezért fenyegetőnek és félelmetesnek élik meg azt a fajta lelkesedést és elhivatottságot, amit a fiatalabb generáció tanúsít az internet iránt. Az internet elterjedése és népszerűsége következtében létrejött, a társadalmi élet mindennapjaiban is érzékelhető változások – a fiatalok megnőtt internet használati ideje, bevonódása az internetes világba – a szakemberek figyelmét is hamar a jelenségre irányította.

A kutatásom során arra vállalkoztam, hogy feltárjam a magyarországi internethasználat sajátosságait, és megtaláljam azokat a részleteit, melynek további kutatása előrelendítheti a magyarországi internet használat biztonságosabbá tételét, pozitívabb megítélését. Választ keresek arra a kérdésre, hogy honnan hová fejlődött a technika az elmúlt 20 évben, és ennek a soha nem látott fejlődésnek milyen hatásai vannak a társadalomra nézve. A tanulmánynak célja feltárni az internetet használók nemi, illetve korcsoportos bontásban megfigyelhető sajátosságait. Vizsgálom a technikai fejlődés következtében a társadalomban a fiatalabb és az idősebb generációk között létrejött szakadék jellegzetességeit, esetleges megoldási módszereit.

Külön kiemelten foglalkozom az Y generáció pszichológiai jellemzőivel. Feltárom az internetes társadalom jellegzetességeit, főbb elfoglaltságait az interneten, illetve igyekszem kapcsolatot keresni a főbb elfoglaltságok és a személyiségjegyek összefüggésében, különös tekintettel a közösségi oldalak felhasználói, valamint az offline és online játékosok jellemzőire.

Tanulmányommal reményeim szerint sikerül hozzájárulnom az internetes társadalom pozitívabb megítéléséhez, illetve a magyarországi kutatások ilyen irányú elmélyítéséhez.

## **Az internetről általában**

Ahhoz, hogy behatóbban tudjuk tanulmányozni a Magyarországi információs társadalom jelenlegi helyzetét, szükséges némi kitekintést tennünk a múltra. Fontos látni, hogy a technikai fejlődést kísérő jelenségeket nézve hazánk nem tér el a Közép – Európára jellemző folyamatoktól, sem korábbi, a múltban már lejátszódott technikai fejlődésre adott reakciótól.

Az internetet (akkor még csupa nagybetűvel) eredetileg az 1970-es évek elején az Amerikai Egyesült Államokban fejlesztették ki katonai célokra. Olyan számítógépes rendszert alkottak, amelynek alapvető működőképessége egyes összeköttetések és számítógépes csomópontok kiesése esetén is megmaradt. Felismerve ebben a lehetőséget, ezt az egyszerű hálózati összekapcsolást kiterjesztették a kutatási, fejlesztési, oktatási szférákra is. Így jött létre a jelenkori internet magja, mely azoknak a számítógép hálózatoknak a világot átfogó összessége, amelyek az internet protokoll (*IP*) által összeköttetésben vannak.

Magyarországon az internet különböző politikai okok, és a térségre jellemző lassú technikai fejlődés miatt majdnem húsz évvel később, 1991-ben jelent meg. Bár már 1990 elején sikerült hazánkat bekapcsolni a nemzetközi elektronikus levelezés vérkeringésébe, az igazi, bérelt vonalas internet csak 1991 őszétől volt megtalálható hazánkban (Varga, 2011).

Épp, ahogy az Amerikai Egyesült Államokban, hazánkban is fokozatosan kapcsolódtak rá az internetre ezután a kutatási, fejlesztési, oktatási intézmények, majd az internet bekötésre került a polgári háztartásokba is. Természetesen az elterjedéshez évekre volt szükség,

a széleskörű internethasználat hazánkra az új évezred elejétől vált jellemzővé.

Hogyan lehet, hogy alig tíz év leforgása alatt egy technikai újítás ilyen mértékben megváltoztassa egy társadalom életét? Mivel magyarázhatóak az erre adott reakciók?

Bár az internet a maga nemében egy teljesen új felfedezés, az általa kiváltott szociálpszichológiai jelenségről ez már nem mondható el.

A történelemben több példát találunk arra, hogy az emberek a legnehezebben a technika által létrehozott fejlődéshez adaptálódnak – mivel az ilyen fejlődés tőlük függetlenül jön létre, és új készségek megtanulására készíti az egyént (Grohol, 1999). Leghíresebb példa erre a Ned Ludd követői által alkotott csoport, a ludditák géprombolása a 19. század elején – az emberek féltek, hogy a gépek térnyerése a munkájuk elvesztéséhez vezethet, ezért összetörték a textilüzemben lévő munkagépeket (Hirsch, Krett és Trefil, 1993). Hogy közelebb kerüljünk az internet térnyerése által kiváltott, mind szociális, mind tudományos reakciók megértéséhez, érdemes megvizsgálnunk egy napjainkban már elsikkadni látszó problémát: a televízió hatását. Az Amerikai Egyesült Államokban 1949-ben mindössze 1 millió fő rendelkezett televízióval. 1993-ra ez a szám 215 millió főre nőtt, a tévénezéssel töltött idő mennyisége pedig átlagban heti 26-28 óra volt (Nielsen Media Research, 1998).

Ezek alapján elmondható, hogy egyetlen technikai vívmány térnyerése alig több, mint negyven év leforgása alatt drasztikusan megváltoztatta az emberek életét (Grohol, 1999). Az amerikaiak egyik fő elfoglaltsága lett a televíziózás, a mindennapok részévé vált. Igaz, egyéni különbségek itt is megfigyelhetők voltak, az átlagtól nagymértékben eltérő, a televízió előtt eltöltött időmennyiség a kutatók figyelmét is ráirányította a jelenségre. Ennél fogva tudományos körökben sokan javasolták, hogy a televízió függőséget, mint mentális betegséget vegyék be a DSM-IV.-be (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*), ám ez végül nem történt meg (APA DSM IV.)

Valószínűnek tűnik, hogy az internet térnyerése volt az, ami elterelte mind a civilek, mind a kutatók figyelmét a televízióról, de mindettől függetlenül is látható a párhuzam a két technikai vívmány által bejárt út között. A különbség a kettő között az, hogy míg a televízió népszerűsége hanyatlik napjainkban, addig az internet népszerűsége soha nem látott rekordokat dönt.



## Az internetfüggőség

Létezik-e internetfüggőség? A kutatók többsége (Koo, 2011; Widyanto, Griffiths és Brunson, 2011; Fábán, et al., 2007) már fel sem teszi ezt a kérdést, annyira biztosra veszik, hogy a válasz igen. Amiben nem tudnak megegyezni, az a jelenség neve, illetve optimális mérőeszköze. Egyes kutatók pszichiátriai zavarként kategorizálják a jelenséget, ennek következtében úgy vélik, az internetfüggőségnek helye van a DSM-V.-ben. Három alkategóriát különböztetnek meg az internet addikción belül: túlzott játékhasználat, szexuális tartalmakba való belefeledkezés valamint e-mailezés és chatelés (Block, 2008). Block nem ír arról, hogy végülis milyen döntés született azzal kapcsolatban, hogy az internetfüggőség bekerüljön a DSM-V.-be, és más cikk is csak a szándékot említi ezzel kapcsolatban.

Szakmai körökben vita folyik magáról az elnevezésről is; a fogalom helyesen való értelmezése érdekében érdemes kiindulni az „egészséges internethasználat” fogalmától, mely kimondja, hogy *„az egészséges internet használat az internet előre meghatározott céllal való használata megfelelő időmennyiségben, kognitív vagy viselkedéses negatív hatás nélkül.”* (Davis, 2002) Egyes kutatók a problémás vagy patológiás internet használat (*PIU – Problematic or Pathological Internet Use*) kifejezést használják, mely Young megfogalmazása szerint *„nagy mennyiségű idő eltöltése különböző elfoglaltságokkal az interneten, amely negatív hatással lehet az egyén fizikális és pszichoszociális egészségére, szociális kapcsolataira.”* (Young, 1997). Más kutatók az internet függőség terminust preferálják. Utóbbi csoportba tartoznak Demetrovics és munkatársai is, akik egyértelműen kimondják, hogy a túlzott internethasználat függőségnek számít, amennyiben kielégíti az elérhetőség (elérhető a szükségletek azonnali kielégülése), a kontroll (a személy kézben tartja az internetes elemeket és ez biztonságérzetet nyújt számára), valamint az izgalmi (könnyű győzelmek, a siker mámore további motivációt ad) igényeket (Demetrovics, Szeredi és Nyikos, 2004)

Ami a jelenség mérésének kísérleteit illeti, két széles körben elfogadott tesztbatteria létezik: az Internet Függőség Teszt (*Internet Addiction test – IAT*), valamint az Internettel Kapcsolatos Probléma Skála (*Internet-Related Problem Scale*) (Widyanto, et al., 2011).

Ezen a ponton visszakanyarodnék a fejezet indító kérdéséhez: Létezik-e internetfüggőség? Az eddig leírtak alapján a válasz határozott igen. Ám ez a tanulmány mégsem kutatja az internet függőséget,

ugyanis úgy gondolom, a kutatások, amik az internet használat hatásait kívánják feltárni, erősen hajlanak afelé, hogy negatív hatásokat találjanak – és így találnak is –, de figyelmen kívül hagynak sok olyan társadalmi, szociálpszichológiai tényezőt, ami teljesen más fényben láttathatná a helyzetet.

Manapság, a 21. század hajnalán a technikai vívmányok kísérik végig a napjainkat. Mind függünk tőlük. Ha elromlik a kávéfőző, és nem tudjuk megfőzni a reggeli kávé, dühösek leszünk. Ha lemerül a mobiltelefonunk, amikor fontos hívást várunk, idegesek leszünk. Ha nem indul az autó, mikor menni szeretnénk vele valahová, ingerültek leszünk. Ha elmegy az áram, mikor az esti híreket szeretnénk megnézni a televízióban, frusztráltak leszünk. Ezek mind természetes, megszokott, mindennapos esetek, melyek társadalmilag is teljesen elfogadottak és toleráltak. Mert ha valakinek elmondjuk, hogy elromlott a kávéfőzőnk, lemerült a mobilunk vagy elment otthon az áram, valószínűleg empatikus módon átérzi a helyzetünket, és meg sem fordul a fejében, hogy le kéne szokni a kávéról, kevesebbet kéne telefonálni, vagy egyáltalán nem kéne leülni a tévé elé, és akkor nem lennének ilyen problémáink. Vegyünk egy ugyanilyen hétköznapi példát: nem kapcsol be egy fiatalember számítógépe, s ettől az illető ideges lesz, majd elpanaszolja problémáját a környezetének: nagy esély van rá, hogy a környezetének a fejében megfordul, hogy lám-lám, egy újabb számítógép függő, semmint hogy együtt érezzenek társukkal. Pedig, ha reálisan nézzük, mindennapi életünk ugyanolyan (ha nem még inkább) fontos kelléke a számítógép, mint akármelyik más, korábban felsorolt eszköz. Ma már mindenkinek van valami, emberi értékek alapján lényeges dolog, amit a számítógép nyújt neki: a fiatalabb korosztály szociális, közösségi életének jelentős része az interneten, főleg a közösségi oldalakon zajlik, az egyetemisták számára nélkülözhetetlen eszköz a tanulmányaik sikeres befejezéséhez, hiszen szinte már minden követelmény, tematika, tananyag és érdemjegy az internet segítségével érhető el. Az idősebb, dolgozó korosztály is nehezen boldogul a számítógép mindennapi használata nélkül, mivel a legtöbb munkahelyen digitalizálva vannak az egykor még mappákban található információk, rendszerek, minden, ami a mindennapi feladat teljesítéshez szükséges. Ha egy technikai vívmány ekkora tért nyer a mindennapi életben, akkor ennek természetes következménye, hogy az emberek megtalálják a módját, hogyan érezzék jól magukat egy

olyan platformon, ahol mindenképp jelen kellene lenniük ahhoz, hogy a mindennapi élet feladatait sikerrel teljesítsék.

Dél-Koreában külön táborot szerveznek internet-függő gyerekek számára (Koo, 2011). Sok ázsiai nép híres precízségéről, a feladatai iránt mutatott végtelen elkötelezettségéről, arról, hogy olyan mértékben képesek az életükben mindent alárendelni egyetlen célnak, ami számunkra, európai emberek számára szinte felfoghatatlan. Így van ez azoknál, akik a tanulást tűzik ki maguk elé éppúgy, mint akik sportban vagy Rubik-kockában szeretnék a világ legjobbjai lenni, mégsem küldik őket leszoktató táborokba. Miért van az, hogy éppen a számítógép használat vált ki efféle ellenérzést a társadalomból?

Az egyik lehetséges magyarázat erre a kérdésre a generációs szakadék. Generációs eltérés minden két egymást követő nemzedék között van. A világ folyamatosan változik, és emiatt a benne élő emberek is folyamatosan változnak. Ám az elmúlt húsz évben nagyobb technikai fejlődés valósult meg, mint a történelem során bármikor, és ennél fogva az a generáció, melyet ez a technikai forradalom nevelt, jobban eltér az őt nevelő korcsoporttól, és ez az eltérés nagyobb generációs szakadékot képez, mint amivel a társadalomtudományok kutatói eddig találkozhattak.

A generációs szakadék egyik fő oka az, hogy az idősök idegenkednek az új technikáktól, mivel őket még arra szocializálták, hogy a gépeket azért hozták létre, hogy az emberi munkaerőt helyettesítsék. Ezért ők veszélyeztetve érzik magukat az innovációk miatt (Tapscott, 1998), mert úgy látják, hogy ez a fenyegetés egyre nagyobb és nagyobb méreteket ölt. Ez a fenyegetettség - érzet az élet számos területén jelen lehet: a gyermek – szülő kapcsolatokban, a gyermek szabadidős tevékenységének változásában éppúgy, mint a munkahelyeken megfigyelhető fiatalabb és idősebb alkalmazottak közötti feszültségben. A fiatalok új technika felé való nyitottsága és fogékony-sága negatív visszacsatolást eredményez olyan szempontból, hogy a fejlesztésekkel, és azzal, hogy a kultúra részévé teszik az újításokat, mint például az internetet, még inkább marginalizálják az idősebb korosztályt, akik emiatt még nagyobb fenyegetést éreznek, és próbálják korlátozni az újítások meghonosítását.

A legtöbb idősebb emberre ez a folyamat csak implicit módon jellemző. Sokan közülük igyekeznek lépést tartani a korrallal, bár az életkor növekedésével csökken azoknak az aránya, akik önállóan sajátították el a számítógépes ismereteket (Csepi & Prazsák, 2010).

Ennek következtében jött létre egy sajátos jelenség, a fordított szocializáció. Mert az idősebb korosztály megsegítésére a fiatalok sietnek, akik megtanítják nekik, hogyan kell használni a modern eszközöket. Először fordul elő olyan, hogy a fiatalabb egyének valamit jobban tudnak, mint az idősebbek, az utód tanítja a felmenőit. Ennek ellenére a World Internet Project keretében Magyarországon is évente megismételt kutatások egyértelműen jelzik, hogy az internettől elzárkózók körében folyamatosan csökkennek a kvázi-racionális közgazdasági érvek, s előtérbe kerülnek a főbiák, szorongások, előítéletek, amelyek minden innovációt sújtanak (Fábián et al., 2007).

Más gyökerei is vannak azonban ennek az egyedi méretű generációs szakadéknak – mégpedig a morál. A rendszerváltás előtti, szocialista rendszerben felnőtt emberek munkaadóhoz való hozzáállása, munkamorálja, a munkahelyen betöltött szerepét illető felfogása messze eltér attól, amit a fiatalabb gondol ezekről a dolgokról. Őket önálló döntések, információéhség, igény a csapatmunkára és a munkaadóval szembeni magas elvárások jellemzik (Tari, 2010). Ez az idősebb korosztályban olykor elborzadást válthat ki, ami szintén konfliktusokhoz vezethet.

A történelmet nézve az a tapasztalat, hogy a fejlődést meg lehet próbálni elnyomni, ám annál kontrollálhatatlanabbá válik. Tanulmányom igyekszik rávilágítani arra, hogy egy szemléletváltás következtében inkább arra kellene törekedni, hogy minél élhetőbbé, veszélytelenebbé és hasznosabbá alakítsuk az internetet, mert a másik út, amelyek felé a legtöbb kutatás mutat, hogy visszaszorítsuk egy olyan eszköz használatát, mely a mindennapi élethez létszükséglet, úgy vélem, kevésbé járható.

## **A számítógépes társadalom jellemzői**

### *Nem alapján*

A számítógép számtalan elfoglaltsági lehetőséget kínál felhasználóinak, ám számos tényező befolyásolja, hogy az egyes személyek mely típusú elfoglaltsági formát választják. Az egyik ilyen fontos jellemző, melyet először meg fogok vizsgálni, a nemi hovatartozás.

A férfiak és a nők az élet számos területén különbözőképp viselkednek, nincs ez másképp a számítógép használatot nézve sem. A nők általában információszerzésre, tanulmányokkal kapcsolatos szakirodalom keresésre, e-mailezésre illetve beszélgetésre használják

a számítógépet (Neslihan és Sevim, 2007). Elmondhatjuk, hogy a nők inkább a szociális kapcsolatok ápolására, kiszélesítésére használják az internetet, főleg már a való életben, is meglévő, személyes ismerőségeken alapuló kapcsolatok egy kiterjesztett platformjának élik meg az internetet. A nők jobban kedvelik a közösségi oldalakat, és több időt is töltenek el ott, mint a férfiak.

A férfiakra elérő internethasználat jellemző, mint a nőkre: kutatások azt mutatják, hogy programok letöltésére, információszerezésre illetve pornográf tartalmakhoz való hozzáférésre használják a leginkább az internetet (Kraut, Kiesler, Mukhoadhyay és Scherlis, 1997). Vagyis a férfiakra kevésbé szociális, inkább gyakorlatias internethasználat a jellemző. Ezt azzal magyarázzák a kutatók, hogy az interneten ugyanazokat a dolgokat keresik az emberek, mint az életben: szociális kapcsolatokat illetve szexuális kielégülést (Young, 1997).

### *Kor alapján*

Az életkori jellemzőket vizsgálva elmondhatjuk, hogy jelentős különbségeket lehet felfedezni a különböző életkorú emberek számítógépezéshez, illetve internetezéshez való viszonyában. A kutatók általában kétféle módon vizsgálják az életkori sajátosságokat: egyes kutatók külön vizsgálják a kiskorú (18 év alatti), a fiatal felnőtt, főképp egyetemista (18-26 év között) illetve a felnőtt korosztályt (26 évnél idősebb). A kutatók másik csoportja elkülönít egy sajátos, egyedi jellemzőkkel bíró korosztályt, melyet Y generációnak neveznek - ők a mai 15-30 éves korosztály. Tanulmányomban mind a két nézőpont szerinti elemzés mögött rejlő elméleti háttérrel feltárom, illetve saját kutatásomra alkalmazom.

#### *4.2.1. Kiskorú*

Az internetes társadalom legifjabb felhasználói a 18 év alatti korosztály. Alsó korhatárt nem érdemes, és nem is lehetséges megadni, mivel rohamosan növekszik a világhálóra kapcsolt otthonok száma: 2005-ben még csak a háztartások 40%-ában volt internetelérés, ez a szám 2009-re 84%-ra emelkedett. Ugyanezen évek leforgása során az internetezésre fordított ideje a kiskorúaknak megháromszorozódott: napi 48 percről napi 151 percre nőtt (Kósa és László, 2009). Hogy mire használják a kiskorúak a számítógépet, az koruktól is jelentős mértékben függ.

A legkisebbek, a hat év alatti korosztály főleg a szülőikkel együtt internetezik, mesét néznek vagy hallgatnak az interneten, illetve játszanak. A tőlük idősebb, már általános iskolás társaik elsődleges tevékenysége a játék: a 7-10 évesek 97%-a, a 11-14 évesek 91%-a szokott játszani az interneten. Az egyéb internetes tevékenységeket nézve elmondható, hogy ahogy idősödnek a gyerekek, internet-felhasználási szokásaik úgy kezdenek egyre nagyobb mértékben hasonlítani a fiatal felnőtt, illetve a felnőtt korosztály tevékenységeire: a 14 éves korosztály közel négyötöde e-mailezik, látogat közösségi oldalakat, illetve használja információszerzésre a világhálót. Emellett az iskolai feladatok megoldására, tanulásra a 11-14 éves korosztály 73%-a használja az internetet (Kurucz, 2009)

A kiskorúak internethasználatának vizsgálatánál meghatározónak mondható a szülők véleményformálása a gyermek internetezési szokásairól. Egy az internetező gyerekek szüleivel végzett 400 fős kutatásból az derül ki, hogy bár a szülők 48%-a úgy véli, gyermekük kevesebbet olvas az internet miatt, és 38%-a szerint kevesebbet is sportol, a szülők 90%-a mondja azt, hogy az internet egyértelműen segít a gyerekeknek a tanulásban, és elenyésző azon gyerekek száma, akik ténylegesen a túlzott internethasználat miatt produkálnak rosszabb tanulmányi eredményeket (Kurucz, 2009).

### *Fiatal felnőtt*

A fiatal felnőtt korcsoportba a 18-26 éves egyének tartoznak, akik a kutatók szerint a legnagyobb veszélynek vannak kitéve az internet függőség szempontjából. Ennek egyik oka, hogy a legtöbb internet függőséggel kapcsolatos kutatás alanyai egyetemisták voltak, így róluk van a legtöbb adat (Neslihan és Sevim, 2007), illetve a másik, fontos ok a fiatal felnőttek életkori sajátosságaiban keresendő. A szülői házból, a szülői kontroll alól való kikerülés következtében sok fiatalnál időbe telik, míg megtanulja kontrollálni az interneten töltött idejét, valamint a felsőfokú tanulmányok is erősen számítógép – és internet használatot követelnek meg a diákoktól.

### *Felnőtt*

A felnőtt kategóriába a 26 éven felüli egyének tartoznak. A kutatások ritkán fókuszálnak erre a csoportra, még a közhiedelemben is az a felfogás él – ahogy azt már fentebb leírtam – hogy a fiatal felnőtt korosztály tölt a legtöbb időt az interneten. A kutatások azon-



ban meglepő eredményeket hoztak. Az Egyesült Államokban az Entertainment Software Association „*Essential Facts about the Computer and Video Game Industry*” (Alapvető Tények a Számítástechnikai – és Videójáték Iparról) kutatása keretében azt az eredményt kapta, hogy a játékosok átlagéletkora 35 év. Mivel ez a kor már fiatal szülőket feltételez, így azt gondolják, azáltal, hogy a szülő maga is játékos, és ismeri ezt a világot, jobban tudja kezelni gyermeke játékos mivoltát, illetve sokkal gyakrabban is élnek a játékok adta felületei lehetőséggel is (Hajdú, 2009).

### *Az Y generáció*

A technika rohamos fejlődése miatt a mai 15-30 éves korosztály, akiknél már születésüktől fogva jelen volt a televízió és a számítógép, egy elkülönült generációt alkotnak a társadalmon belül: az Y generációt. Ennek a nemzedéknek a szeme se rebben ha megrázó vagy épp erőszakos képsorokat lát – azt hihetnénk, hogy azért, mert tisztában vannak azzal, mi minden zajlik a világban, és nem tudják már őket meglepni az ilyen és ehhez hasonló képsorok. Sokkal valószínűbb azonban, hogy az ilyen ingerek bagatellizációja inkább egyfajta védekező mechanizmus. Hiszen ők, akik kiskoruktól fogva a tévé képernyője és a számítógép monitora előtt töltöttek hosszú órákat, nem rendelkeztek olyan szintű értelmi fejlettséggel és érzelmi intelligenciával, hogy az ilyen idejekorán látott képeket normális módon képesek legyenek feldolgozni (Tari, 2010).

De nem csak negatív folyamánya volt az információöözönnnek, mely az Y generáció útját végigkíséri. Az internetnek nagy előnye a televízióval szemben az, hogy interaktív. Azok az emberek, akiknek ez természetes, unalmasnak találják, hogy a kézikönyvben csak egyféle magyarázat található, hogy a tévében az a műsor megy, amit a szerkesztők akarnak, és bár a csatornák közt lehet váltogatni, az adást megváltoztatni nem lehet. Ők már hozzászoktak az internet sokféleségéhez és változatosságához. Az interneten a maguk urai lehetnek. Ezért ennek a generációnak határozott önállóság- és függetlenségérzete van (Tapscott, 1998). Ennélfogva azt is kimutatták, hogy az internetezők körében az önmegvalósítás értékrendje dominánsabb, mint a nem internetezők körében (Csepeli & Prázsák, 2010). Ez alapvető változásokat eredményezett a világképükben és a világhoz való hozzáállásukban is.



Az Y generációra jellemző az érzelmi és értelmi nyitottság (Tapscott, 1998). Mikor fellépnek az internetre, nem csak előttük nyílik ki a világ – ők is kinyílnak a világ előtt. Híreket olvasnak, kommenteket fűznek hozzájuk, hozzászólnak fórumokhoz, weblapot szerkesztenek, melyet mások véleményezhetnek, közösségi oldalakon élnek szociális életet. Mivel ezt sokan meg is teszik, így a weben sokféle emberrel, nézőponttal, véleménnyel találkoznak nap, mint nap, és ez egy bizonyos fajta széleslátókörűséget biztosít számukra. Ám ezzel együtt jár a sebezhetőség is, amit az érzelmi nyitottság okoz. Az Y generáció megtanul boldogulni a hálón őket érő atrocitásokkal.

Ez a korosztály sok területen különösen nagymértékben toleráns. Az interneten nem számít, hogy ki vagy – pont azért nem, mert bárkinek kiadhatod magadat. Lehet a felhasználó afro – amerikai, vagy fertőző beteg, esetleg fogyatékos ember, a virtuális világban jóval kisebb rá az esély, hogy bármiféle megkülönböztetésben lenne része, amelyre egyébként a mindennapi életben, mikor a társadalomban mozog, nagyon is számíthat. Reális esély van arra, hogy az ilyen, a szociális életben valamilyen okból stigmatizált emberek az internetes világban megnyugvást lelhetnek, és vigasztalást kaphatnak olyan emberektől, akik a mindennapi életben valószínűleg épp olyan közömbösen vagy esetleg undorodva mennének el mellettük, mint a legtöbb egyén. Mert az interneten nem az számít, hogy ki vagy, hanem hogy mi a mondanivalód (Tapscott, 1998).

Az Y nemzedék önértékelési problémáinak csökkentésére is megfelelő sok esetben a virtuális világ. Kutatások bizonyítják, hogy a különböző csevegő csoportokban való részvétel növeli az önbecsülésüket, illetve az önkifejezésre való ezernyi lehetőség javítja az önképviselőre való hajlandóságot. Ha egy Y generációsnak nem tetszik az, ahogyan megítélik, esetleg be is skatulyázzák az interneten, megvan rá a lehetősége, hogy identitást változtasson és kísérletezgeszen, melyik az a helyzet, amelyben a legjobban érzi magát a kibertérben. A kritikusság is hatványozottan jellemző rájuk, mivel a világháló megadja nekik az eszközöket, hogy megkérdőjelezenek dolgokat, szembeszálljanak velük, vagy kifejezzék egyet nem értésüket – mind ezt kortól és nemtől függetlenül (Tapscott, 1998).

Ennek az életmódnak természetesen megvannak a maga árnyoldalai is. A kulturális sokféleség, és az, hogy szinte bármihez hozzáférhetnek az interneten, szimultán infantilis és felnőtt személyiség kialakulását okozhatja a korcsoport tagjainál (Tari, 2010).

Bár az Y nemzedék szociológiai értelemben véve nem drog-generáció, önpusztításuk mértéke és egészségtelen életmódjuk mégis aggodásra adhat okot Gyakori és nagy mértékben történő alkoholfogyasztásuk azt jelzi, hogy olyan feszültségek vannak az életükben, melyek megkövetelik az ilyen fajta tudatmódosító szerek használatát. Mielőtt azonban elítélnénk őket, érdemes átgondolni, hogy a mai világban már mindenhova, még egy óvodába is felvételizni kell, nincs biztos jövő, nincs biztos munka, nincs biztos megélhetés, és ennek a generációnak napról napra meg kell mérettetnie magát, ha boldogulni akar a világban (Tari, 2010).

## **Elfoglaltsági típus alapján**

### *Blogolás*

A naplóírás terápiás pozitív hatása régóta ismert a kutatók számára (L'Abate, 1991). A naplóírás sok jellegzetességét hordozza magán a blog, vagyis az internetes napló, mely egy időszakosan újabb bejegyzésekkel bővülő weboldal, melynek sem tartalmi, sem formai megkötetései nincsenek. Típusait tekintve sokszínű a paletta: a személyes blogoktól kezdve, melyek a hagyományos, kézzel írott napló internetes megfelelői, az elmélkedő blogokon keresztül a politikai blogokig igen sokféle, sokszor beazonosíthatatlan fajta blog létezik. A blogolók legfőbb motivációi közé sorolható az információgyűjtés, a lépéstartás a divattal, a másokkal való kapcsolatba lépés és az érzelmek kimutatása (McCullagh, 2008). Kutatások eredményei azt mutatják, hogy a blogolás pozitív hatással van a jóllétre, a miatt a közösségi támogatás miatt, amit a blogoló tapasztal (Baker, 2011)

### *Internetes közösségi oldalak*

Az internetes közösségi oldalak közül (iWiW, MySpace, MyVIP, Google+) a legnagyobb népszerűségnek a 2004-ben alapított Facebook örvend, több, mint 500 millió aktív felhasználóval (Zuckerberg, 2010). Ma már széleskörűen elégti ki az oldal a felhasználói igényeket: képek, videók, üzenetek megosztása, „like-olás”, események szervezése, chatelés – csak néhány funkció a Facebook egyre bővülő tárházából. Milyen fő felhasználói motivációk húzódnak meg a Facebook páratlan népszerűsége mögött? A kutatók szerint az online közösségi oldalak (*Social Networking Sites – SNSs*) új lehetőségeket adnak az önkifejezésre, a szociális életre valamint a közösségi szerepvállalás-

ra (Livingstone, 2008). Pozitív összefüggés fedezhető fel a Facebook-használat és az élettél való elégedettség között (Ellison, Steinfeld és Lampe, 2007), melynek oka, hogy a facebookos barátok száma, illetve a pozitív énbemutatás és a szubjektív jóllét megítélése (*Subjective Well-Being – SWB*) között pozitív korreláció van (Junghyun és Lee, 2011). Bargh és McKenna kutatásai azt találták, hogy a számítógépen keresztüli kommunikáció (*Computer-based Communication – CMC*) nem csak segít fenntartani az embereközi kapcsolatokat, hanem még új, a korábbi kapcsolatokkal egyenértékű kapcsolatok kialakítására is alkalmas (Bargh és McKenna, 2004.). A közösségi oldalak negatív hatásait vizsgálva azt látjuk, hogy ezek az oldalak szociális konfliktusokat okozhatnak: a profil oldalon megjelenített információk harmadik, a profil oldal tulajdonosa számára nem ismerős félnek való kiadása (Stern és Taylor, 2007), féltékenység és bizalmatlanság kialakulása a párkapcsolatokban a közösségi oldalon megjelent fotók és kiírások miatt (Muisse, 2009), csak néhány példája azon személyközi konfliktusoknak, melyek a közösségi oldalak következtében alakulhatnak ki. Azok, akik nem használják a közösségi oldalak, elsődlegesen azért tesznek így, mert úgy gondolják, ez egy szegényes időtöltés, nem éreznek rá motivációt, nem kedvelik a közösségi oldalakon szokásos énbemutatást, vagy félnek attól, hogy visszaélnének a közösségi oldalakon közzétett személyes információkkal (Baker, 2011). Mégis, az utóbbi években a Facebook átformálta az internet arculatát: azok, akik nincsenek regisztrálva, könnyen érezhetik úgy, hogy kimaradnak egyfajta közösségi élményből, mivel ez a közösségi oldal beépült a mindennapi életbe.

### *Hírek, fórumok olvasása, információszerzés*

Az általános internetes elfoglaltságoknál kiemelkedő helyen szerepel az általános információszerzés az interneten – ide tartozik a híroldalak nézegetése, az ezekhez kapcsolódó fórumokon való aktív illetve passzív részvétel. Az általános információszerzés még ma is egy kiemelkedően fontos motiváció az internetes társadalom számára (Neslihan és Sevim, 2007).

### *Filmnézés, videó nézés*

Ebbe a kategóriába tartoznak azok az emberek, akik számítógépezéssel töltött idejük nagy részében filmeket, videókat nézegetnek. Ezek tartalma igen változó: vannak egyének, akik soro-

zatokat, filmeket néznek, ugyanakkor ide tartoznak a pornográf tartalmakat nézők is.

### *Munka, tanulmányokkal kapcsolatos információszerzés*

A számítógépet lehet munkaeszköznek is használni – azonban ez nem zárja ki annak a lehetőségét, hogy mindamellet, hogy az illető elsősorban kötelességből, külső kényszerből és nem kedvtelésből használja a számítógépet és az internetet, az ezzel töltött időn felül jelentős időt töltsön kedvtelésből is a számítógép előtt, illetve nem csökken a számítógép iránti érzelmi elköteleződés sem – a többi csoporthoz képest.

### *Offline játékosok*

Ebbe a csoportba azok az egyének tartoznak, akik olyan játékokkal töltik a legtöbb időt, mikor számítógép előtt ülnek, amiknek a játékterében egyedül vannak jelen, tehát a játék nem kapcsolódik az internethez, ezért offline. Fontos leszögezni, hogy „offline” játékok alatt nem a számítógépezés nélkül töltött időt értjük, hanem azt az időt, amit az egyén számítógépezéssel tölt ugyan, de internethez való kapcsolódás nélkül. Igen kevés tanulmány foglalkozik az offline játékosok személyiségével összevetve azzal, milyen sokan foglalkoznak az online játékosok személyiségével. Az offline játékok lényeges különbsége az online játékokhoz képest az, hogy a játékos nem érintkezik a játékban más játékosokkal, mivel nincsenek más játékosok – csak az egyén van és a program. Vagyis ez a csoport lehet az a rétege a számítógépes társadalomnak, mely ténylegesen elvonul a külvilágtól azokban az órákban, mikor számítógépezik.

### *Online játékosok*

Mi vonzza az egyént egy internetes játékban? Erre azt a választ találták a kutatók, hogy az internetes játékok egyedi világot kínálnak, mely nagyon vonzó tud lenni. A számítógépes játékoknak négy főbb összetevője van: sajátos reprezentáció, interaktív megjelenés, konfliktus és a biztonságos környezetben való cselekvés lehetősége (Crawford és Peabody, 1997). A sajátos reprezentáció arra vonatkozik, hogy az egyértelműen kinyilatkoztatott szabályokkal rendelkező rendszer sajátos módon reprezentál egy belsőleg tökéletesen megteremtett szubjektív világot, ami nagyon is valóságos metaforája lehet a játékos fantáziavilágának. Az interaktív megjelenítés a valóság váltakozó

aspektusának, a történéseknek, a tárgyak és események összefüggésének képzetét adja. A játékos saját történetiséget alkothat a tartalomhoz. A játékok konfliktusos jellege abban nyilvánul meg, hogy a cél elérését különböző passzív vagy aktív akadályok nehezítik. A konfliktus, a veszély lehetősége, a kockáztatás és az ebből eredő érzelmi feszültség forrása, melyhez a számítógép biztosít virtuális terepet. A biztonságérzet abból ered, hogy a konfliktus és a veszély pszichológiai megtapasztalása valós tét nélkül zajlik, egy virtuális világban (Raybourn, 1997).

Sajátos szükségletek kielégítésének vágya is állhat a mögött, hogy ha valaki számítógépes játékokkal játszik. Ilyen a fantázia és az exploráció, a szerepjátás, a kompetitív légkör keresése illetve a szociális szükséglet (Crawford és Peabody, 1997).

Ezen kívül az internet nagy teret biztosít különböző identitások kipróbálásához. A felhasználók addig keresik a nekik is megfelelő virtuális kivetülést, míg meg nem találják azt, amire a környezetük a legpozitívabb visszajelzést adja. Az interneten ráadásul mindezt anonim módon tehetik meg, így elkerülhetik a feltárlkozással és megmérettetéssel járó szorongást, és olyan problémákat oszthatnak meg más internetes felhasználókkal, melyet szemtől – szembe, a mindennapokban nem mertek volna megtenni (Ritter, 2002).

Ha az egyén megtalálja a neki megfelelő internetes kivetülést, az erre pozitívan visszajelzők közül választ magának a virtuális világban barátokat, így előbb – utóbb egy közösség tagja lesz. Ezzel kielégíti a minden emberben jelen lévő szükségletet, a közösséghez tartozás vágyát. Ha mégsem tetszik nekik az adott csoport, bármikor kiléphetnek belőle, mindenféle következmény nélkül – ez újabb előny, amiért az internetes közösségeket szokták preferálni a felhasználóik.

Aszámítógépesjátékok különös, sok kutatásnak alapot szolgáltató válfaja az internetes világban nagy sikernek örvendő MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game – Nagyon sok szereplős online szerepjáték), melynek addiktív hatása is figyelemre méltó. Ennek legnépszerűbb képviselője a World of Warcraft Az MMORPG-ben mutatott viselkedés jól tükrözi mindazt, amit a kutatók feltételeznek a játékosok motivációiról. Először is, a játékosok legtöbbször (34,2%) az motiválja, hogy barátokat szerezzen (Rab, 2006) – vagyis a szociális igényeinek kielégítésére választja az online világot. Erre kifejezetten alkalmas a World of Warcraft, mivel itt sok esetben csak úgy tudnak legyőzni egy-egy virtuális akadályt, vagy teljesíteni egy – egy virtuális

küldetést a játékosok, ha összefognak – és a motivációik miatt határozottan keresik is az ilyen helyzeteket. A második leggyakrabban előforduló ok, amit a résztvevők említenek, az a célok elérése, fejlődés érdekében történő játék (16,2%) (Rab, 2006). Ebből kitűnik, hogy szeretnének eredményesek lenni – csakúgy, mint a való életben, de itt jóval kisebb erőfeszítéseket kell tenni ennek érdekében – vagy szerencsésebb, ha azt mondjuk, hogy más jellegű erőfeszítéseket, hiszen sok játékos panaszkodik arra, hogy milyen megviselő, mikor sokáig küzdenek valamiért a virtuális világban. A harmadik leggyakoribb motiváció, ami leülteti a résztvevőket a számítógép elé, az a stressz levezetésének szándéka (11,6%) (Rab, 2006).

A legfontosabb különbség az online játékosok – és ide nem csak az MMORPG-s játékosok tartoznak, hanem minden olyan játékot használó egyén, aki más felhasználókkal kommunikál a játék során – és az offline játékosok között, hogy az online játékosok kapcsolatban vannak más emberekkel játék közben. Ez a fajta emberközi kapcsolat sokak véleménye szerint nem egyenértékű a közvetlen emberi kapcsolatokkal, ám a mai, technikai vívmányokkal beszőtt, folyamatosan változó életünkben talán a minőségi emberi kapcsolatok fenntarthatóságának formái is változhatnak.

### **Eysenck - féle Személyiség Kérdőív (Eysenck Personality Questionnaire – EPQ)**

A kutatásom során a személyiségjegyek meghatározására az Eysenck-féle Személyiség Kérdőívet (EPQ) használtam. Az EPQ Hans Jürgen Eysenc, és felesége, Sybil B. G. Eysenc által kifejlesztett személyiségteszt, mely kilencven magatartásra, viselkedésre, érzelmekre vonatkozó kérdésre kér igen vagy nem választ a kitöltőtől. A válaszok alapján négy fajta dimenzióban pontozza az egyéneket: az extravertió-introvertió, a neuroticizmus, a pszichoticizmus, és a hazugság dimenzióiban.

Az extrovertió – introvertió két végpontja között mozgó dimenzióról fontos elmondani, hogy senki sem extrovertált vagy introvertált teljesen, hanem inkább extrovertált vagy inkább introvertált. Az inkább extrovertált emberek szociálisak, jól érzik magukat a társaságban, sok barátjuk van és keresik az izgalmat, alapvetően aktív emberek. Az inkább introvertáltak ezzel szemben csendesek, kevésbé



szeretnek emberek közé járni; kevés, de közeli barátai vannak, és inkább kerülnek az izgalmat ígérő helyzeteket.

A neutoticizmus dimenziója az érzelmi labilitás és stabilitás végelete között mozog. Az érzelmileg stabil emberek nyugodtak, és érzelmeik tartósnak mondhatók, míg az érzelmileg labilis emberek nyugtalanok, kiegyensúlyozatlanok.

A pszichoticizmus dimenziója az agresszív viselkedésre való hajlamot méri. Minél magasabb pontszámot ér el valaki, annál hajlamosabb az agresszióra, annál valószínűbb, hogy empátiás készsége alacsony.

A hazugság dimenziója a kérdőív megbízhatóságát, valamint a szociális konformitást méri (Eysenck és Eysenck, 1975).

## **A kutatás célja**

A kutatás célja a szakirodalmi háttér ismeretében a magyar internetes társadalom jellemzőinek feltérképezése volt, különös tekintettel az online játékosok csoportjára. Azt feltételeztem, hogy az online játékosok nem térnek el a személyiségjegyek szempontjából az interneten más tevékenységeket folytatóktól. Kutatásom fontos célja volt feltárni, hogy más tényezők (például számítógépezéssel töltött idő), befolyásolják-e a személyiségjegyek alakulását.

A vizsgálat célja volt olyan további fókuszcsoportokat találni a magyarországi számítógépes társadalomban, melyek vizsgálata hozzájárulhat ahhoz, hogy pontosabb képet kapjunk a hazai internetes társadalom jellemzőiről.

## *Módszerek*

### *A minta bemutatása*

A kérdőívet online, teljes anonimitásban töltötték ki a kutatás résztvevői. A kutatás weblapjának linkje felkerült több magyar nyelvű, népszerű internetes játékokkal foglalkozó oldalra (például: <http://frostshock.eu/>; <http://vindictus.hu>; <http://lol-hungary.hu>), valamint a Facebook nevű közösségi oldalon is terjesztve volt.

Az adatgyűjtés 2011. október 2-án kezdődött és 2011. november 3-ig tartott. Ez idő alatt 1226-an töltötték ki a kérdőívet. Ezen kitöltők közül az előzetes analízisek (hibás kitöltés és az EPQ hazugság-skálája alapján) végül 1121 hiánytalanul és helyesen kitöltött kérdőív került feldolgozásra és elemzésre.



A kérdőívet 866 férfi és 255 nő töltötte ki, a legfiatalabb kitöltő 11 éves, a legidősebb kitöltő 64 éves, a minta életkori átlaga 22,03 év (szórás: 6,117), ezen belül a férfiak életkori átlaga 21,97 év (szórás: 5,695), a nők életkori átlaga 22,27 (szórás: 7,382).

### *Vizsgálati módszerek és eszközök*

A kérdőívet a Google Dokumentumok erre a célra megfelelő űrlapján szerkesztettem, az űrlapot a rendszer által generált url cím terjesztése által jutattam el a kitöltőkhöz. A Google Dokumentumok rendszere automatikusan menti a kitöltött kérdőívek adatait, melyeket az SPSS 17.0-ás verziójával értékeltem ki.

Az internetes kérdőív három részből állt: az első rész, az általános információkra fókuszáló rész (nem, kor, napi számítógépezéssel töltött idő, legfőbb elfoglaltság számítógépezés során), a második rész az Eysenck – féle Személyiség Kérdőívet tartalmazta, a harmadik rész a számítógép használatával kapcsolatos attitűdöt volt hivatott feltérképezni. A tanulmány célját figyelembe véve a fő hangsúlyt az elemzés során a kérdőív első és második része kapta, míg az attitűdskálás válaszokra kisebb hangsúlyt fektettem.

## **Eredmények**

Mivel kutatásom egy feltáró kutatás volt, így a statisztikai elemzések során leíró statisztikát alkalmaztam. Ezzel azt szerettem volna megtudni, hogy melyek azok az általam vizsgált csoportok, melyek eredményeik alapján további kutatások fókuszcsoportjai lehetnek.

A vizsgálat eredményeit négy tényező alapján ismertetem: a kitöltők neme, a kitöltők kora, a kitöltők által megjelölt legfőbb elfoglaltsági típus, illetve a számítógépezéssel töltött idő.

Az elemzés során nem kerül ismertetésre az összes kutatási eredmény, csupán a fontosabb, érdemi információkat hordozó statisztikai adatok kerülnek bemutatásra.

### *Nemek szerinti felosztás*

A kutatásban 1121 egyén adatai kerültek feldolgozásra, ebből 866 férfi és 255 nő.

*Számítógépezéssel töltött idő*

A férfiak egy nap átlagosan *4,99 órát* töltenek számítógépezéssel (szórás: *2,076*), míg a nők valamivel kevesebbet, átlagban *3,89 órát* töltenek a számítógép előtt (szórás: *2,082*).

Ennek az időnek a férfiak átlagosan a *68,4%-át*, (szórás: *22.99*), a nők átlagosan *65,2%* (szórás: *22,81*) töltik saját bevallásuk szerint szórakozással – tehát olyan számítógépes elfoglaltsággal, amit önszántukból választanak, önnön szórakoztatásukra.

*Elfoglaltsági típus*

A kitöltőknek választ kellett adniuk arra a kérdésre, hogy mivel töltik a legtöbb időt, amikor számítógépeznek. A minta nem reprezentatív a magyarországi internetes társadalom egészére nézve, hiszen a kutatás az online játékosok csoportjára fókuszált elsősorban, ám a nemek szerinti megoszlásnál tendenciák figyelhetőek meg.

*1.táblázat: Az elfoglaltsági típusok nemek szerinti megoszlása*

Elfoglaltsági típus	Férfiak	Nők
<b>Blogolás</b>	0,7% (6 fő)	4,7% (12 fő)
<b>Közösségi oldalak</b>	8,1% (70 fő)	40,8% (104 fő)
<b>Hírek, fórumok</b>	9,1% (79 fő)	14,9% (38 fő)
<b>Filmek, videók</b>	13,9% (120 fő)	17,6% (45 fő)
<b>Munka</b>	8,7% (75 fő)	7,1% (18 fő)
<b>Offline játék</b>	5,4% (71 fő)	0,4% (1 fő)
<b>Online játék</b>	54,2% (469 fő)	14,5% (34 fő)

A táblázatból látható, hogy a minta jelentős részét az online játékosok teszik ki, őket követik a közösségi oldalakat, mint legfőbb tevékenységet megjelölő kitöltők, majd a filmeket, videókat nézők találhatók a harmadik helyen, a kitöltők száma alapján. Ennek egyik oka a kérdőív népszerűsítésének helyei lehetnek. Érdeemes megfigyelni, a férfiak és a nők arányát: a közösségi oldalakat inkább a nők, míg az online játékokat, valamint a filmeket, videókat inkább a férfiak használják. A nemzetközi szakirodalmi háttér megállapításai az eredmények alapján a mintámra nézve is helytállóak: a nők a szociális kapcsolataik építésére, kiterjesztésére használják szívesen az internetet, míg a férfiaknak emellett (hiszen az online játékok mindig

magukban hordoznak szociális tényezőket is), fontos a filmek és videók nézésre, ami – habár a kutatás külön nem tér ki erre az aspektusra – valószínűleg nagyobb részt a pornográf tartalmak, és kisebb részt az egyéb tartalmak nézésére fókuszál (Kraut et. al., 1997).

## Az elfoglaltsági típus és a személyiségjegyek kapcsolata

2. táblázat. *Elfoglaltsági típus és a személyiségjegyek összefüggése*

	Blog	Facebook	Hír Fórum	Film Videó	Munka	Offline	Online
<b>Extro-intro</b>	10,66	<b>13,8391</b>	11,5758	11,8803	12,430	<b>9,9167</b>	12,569
<b>Neuroticizmus</b>	13,5	10,5805	9,0364	9,5983	8,0753	8,0208	8,6067
<b>Pszichoticizmus</b>	3,61	2,9310	3,2364	3,3932	2,602	<b>3,4792</b>	<b>3,5791</b>
<b>Hazug</b>	10,16	<b>8</b>	8,73	8,7521	8,914	9,7083	8,8656

A legfőbb tevékenységükként a blogolást megjelölők EPQ eredményei szélsőségesek, ám sajnos a minta nagyon kicsi hányadát teszik ki (18 fő), így ezek az adatok nem tekinthetők relevánsnak a többi csoport adataihoz képest.

A legfőbb tevékenységükként a közösségi oldalakat megjelölő kitöltők (174 fő) esetén megfigyelhető egy, a többi csoport átlagértékéhez képest szignifikánsan magasabb átlagpontszám az extroverzió-introverzió dimenzióban, valamint a neuroticizmus dimenzióban. A hazugságskálán elért pontszám viszont alacsonyabb, mint a többi csoporté.

A Hír/Fórum, a Film/Videó illetve a Munka csoportok EPQ pontszámai egyik dimenzióban sem térnek el az átlagétól.

Az Offline játékosok csoportja (72 fő) az extroverzió-introverzió dimenzióban a minta legalacsonyabb átlagpontszámát produkálta. Ez figyelemreméltó eredmény, ami aggodalomra adhat okot. A pszichoticizmus dimenzióban elért szintén igen magas átlagpontszámuk ismét egy ok arra, hogy felhívja a kutatók figyelmét erre, a többi csoporthoz képest kevésbé fókuszban lévő mintára.

Az Online játékosok csoportjának (503 fő) az extroverzió-introverzió dimenzióban elért pontszáma igen magas, ez ellent mond a korábbi kutatásoknak, amelyek azt feltételezik, hogy ez a csoport introvertáltabb az átlagnál. A pszichoticizmus dimenzióban elért pontszámuk – a blogosok csoportjának eredményét a kis elemszám miatt ebben

az esetben nem figyelembe véve – a legmagasabb a mintában. Ezt az eredményt valószínűleg azzal lehet magyarázni, hogy az online játékosok sokszor az internetes világban élik ki azt az agressziót, amit a társadalom a valós életben nem tolerál (Pék, 2010).

### *Számítógépezéssel töltött idő*

Számítógépezéssel töltött idő alapján elmondható, hogy a kérdőívet kitöltők átlagosan *4,74 órát* töltenek naponta számítógépezéssel (*szórás: 2,128*). A mintát négy csoportra osztottam aszerint, hogy mennyi időt töltenek számítógépezéssel.

- 0-2 óra → 1. csoport
- 2-4 óra → 2. csoport
- 4-6 óra → 3. csoport
- 6-8 óra → 4. csoport.

### **A számítógép előtt töltött idő és a személyiségjegyek összefüggése**

*3. táblázat. A számítógépezéssel töltött idő és a személyiség-jegyek összefüggése*

	<b>1. csoport</b>	<b>2. csoport</b>	<b>3. csoport</b>	<b>4. csoport</b>
<b>Extro-intro</b>	13,0347	12,6314	12,4737	11,4883
<b>Neuroticizmus</b>	8,9133	8,7986	9,7965	8,8828
<b>Pszichoticizmus</b>	2,7225	3,2973	3,4986	3,5781
<b>Hazugság</b>	8,6936	8,6437	8,8421	8,9023

Az Eysenck-féle Személyiség Kérdőív (EPQ) segítségével megkapott eredmények és a számítógép előtt töltött idő alapján történő összevetés során az extroverzió-introverzió illetve a pszichoticizmus dimenzióiban jól látható, hogy ahogy nő a számítógép előtt töltött órák száma, tendenciaszerűen egyre csökken az extroverzió-introverzió dimenzióban átlagban elért pontok száma, illetve egyre nő a pszichoticizmus dimenzióban átlagban elért pontok száma. Az extroverzió – introverzió dimenzióban megfigyelhető tendenciaszerű csökkenés oka magában a tevékenység jellegében keresendő: a számítógépezés, hiába köt össze más, szintén számítógépező egyénnel, mégis csak egyfajta magányos elfoglaltság, hisz, bár a virtuális térben nincs egyedül

a felhasználó, a számítógép előtt az esetek nagy többségében egymaga van. Ez a tényező tükröződik az extroverzió – introverzió dimenzióban elért pontszámokon, mely azt engedi feltételezni, hogy minél többet számítógépezik az egyén, annál introvertáltabbá válik. Ezek alapján valószínűsíthető, hogy a számítógépes emberi kapcsolatok, bármennyire is kielégítőnek érződnek a felhasználóknak, mégis introvertáltabbá tehetik az egyéneket.

A pszihotícizmus skálán megfigyelhető átlag pontszámok tendenciaszerű növekedése mögött valószínűleg az az ok áll, hogy minél több időt tölt az egyén a számítógép előtt, annál nagyobb biztonságban érzi magát abban a közegben, és az anonimitást kihasználva szabadon enged olyan indulatokat is az interneten, melyet a mindennapi életében nem tenne. Minél több időt tölt az egyén internetezéssel, annál jobban tért nyer ez a fajta viselkedésmód. Ezt korábban csak a World of Warcraft nevű online szerepjáték esetében mutatták ki (Pék, 2010), ám a fenti eredmények azt sugallják, hogy a számítógépezéssel töltött idő önmagában is egy, az agresszivitás mértékét befolyásoló tényező lehet. Fontos kérdés, hogy vajon ez az agresszivitás csak a számítógépes világra korlátozódik-e vagy tért nyer az egyén mindennapi életében.

### *Kor alapján*

Kor alapján három nagyobb csoportra osztottam a mintámat:

- Kiskorú: 11-18 (303 fő)
- Fiatal felnőtt: 19-26 (625 fő)
- Felnőtt: 27-64 (496 fő)

Ez alapján a felosztás alapján az alábbi eredményeket kaptam a napi átlagos számítógép előtt töltött idővel kapcsolatban:

*4. táblázat: A napi átlagos számítógépezéssel töltött idő a kitöltők életkora alapján*

	<b>Kiskorú</b>	<b>Fiatal felnőtt</b>	<b>Felnőtt</b>
<b>Napi átlagos számítógépezéssel töltött idő</b>	3,9	4,85	5,7
<b>Szórás</b>	1,842	2,009	2,418

A kor alapján történő elemzéskor megfigyelhető, hogy átlagban a legkevesebb időt a kiskorú felhasználók töltik naponta a számítógép

előtt – ám ez az időtartam is majdnem négy óra naponta. Annak, hogy ez a legkisebb érték, valószínűsíthető oka a szülői kontrollban keresendő, ami már a másik két korcsoportnál nincs jelen. Érdekes megfigyelni, hogy a felnőtt korcsoport tölt a legtöbb időt átlagban a számítógép előtt és nem a fiatal felnőtt – amely a kutatók szerint a leginkább veszélyeztetett korosztály.

### *Időbeosztás*

Az időbeosztás képességét vizsgáló „Előfordul, hogy több időt töltök számítógépezéssel, mint eredetileg terveztem” öt fokú attitűdskálás kérdésre meglehetősen magas átlagok jöttek ki az összes vizsgált csoportnál. A legkisebb átlag az offline játékosoknál (3,56), míg a legnagyobb a bloggerekénél (4,33) volt, a többi csoport e két érték között mozog. Ebből az eredményből kitűnik, hogy az összes vizsgált csoport valamilyen mértékben jellemzőnek érzi magára, hogy olykor többet számítógépezik, mint tervezte.

### *Az Y generáció eredményei*

Kutatásom kiemelten foglalkozik az Y generáció, azaz a 14-36 éves emberek internetezési, számítógépezési szokásaival, így mintámon belül ezt a réteget külön is vizsgáltam.

5. táblázat. Az Y generáció számítógépezéssel töltött ideje

	<b>Blog</b>	<b>Facebook</b>	<b>Film</b>	<b>Hír/Fórum</b>	<b>Munka</b>	<b>Offline</b>	<b>Online</b>
Mennyi időt tölt? (átlag)	4,33	3,74	4,17	4,77	6,35	<b>4,93</b>	<b>4,94</b>
Mennyi időt szeretne? (átlag)	4,33	3,12	3,72	4,23	<b>5,01</b>	5,43	5,35

Az Y generáció eredményeit vizsgálva a legtöbb kategóriában hasonló értékeket produkáltak, mint a minta többi kitöltője, ám egy dimenzióban – a számítógép előtt töltött időben, illetve a számítógép előtt tölteni kívánt időben figyelemre méltó eredményeket fedeztem fel. Bár az átlagtól nagy mértékben nem térnek el a számítógép előtt

töltött időben elfoglaltsági típus szerint való bontásban, a „Munka” kategóriába tartozók (azok, akik a legfőbb tevékenységüknek számítógépezés során tanulást, illetve munkát jelöltek meg) arra a kérdésre, *hogy Mennyi időt szeretne számítógépezéssel tölteni?* (minden egyéb tényezőtől függetlenül), *5,01 óra* átlagot produkáltak. Ez az eredmény igen magasnak tekinthető figyelembe véve a Munka csoport napi átlag számítógépezéssel töltött óráinak számát (*6,35 óra*), illetve a tényt, hogy mindezt „kötelezettségből”, és nem „szórakozásból” csinálják. Ennek ellenére, ha tehetnék, sem ülnének sokkal kevesebbet számítógép előtt. Ez az eredmény, úgy vélem, jól szimbolizálja ennek a generációnak a számítógéppel való kapcsolatát.

## Konklúzió

Feltáró kutatásom eredményeit nézve kiderül, hogy sok, a társadalomban még manapság is élő sztereotípiát a számítógép használatával kapcsolatban már nem állja meg a helyét, illetve több olyan fókuszcsoportra is rávilágít a kutatás, melynek további elemzése előrehaladást hozhatna az információs társadalom életminőségének javításában.

A napi számítógépezéssel töltött órák száma szinte minden vizsgálati csoportban meghaladta a négy órát – nemre, korra, számítógép előtt töltött időre, illetve legfőbb tevékenységre való tekintet nélkül. Ez az egyszerű, de fontos eredmény rávilágít arra, hogy a mindennapi életben ma már természetes jelenségnek számít a számítógép, és az átlagember egy napjának 1/6 részét számítógépezéssel tölti.

Bár a kutatás fókusza miatt a kitöltők nagy része férfi, mindkét nemre le lehet vonni következtetéseket. A források (Neslihan és Sevim, 2007, Kraut et. al., 1997) adatai igazolást nyertek: a nők főképp a szociális kapcsolataik fenntartására, míg a férfiak egyéb igényeik kielégítésére, például pornográf tartalmak nézésére, illetve játékokra használják legfőképp az internetet. A számítógép előtt töltött időben, illetve életkori megoszlásban nem figyelhetőek meg jelentősebb különbségek.

A minta korcsoportok szerinti bontása által kapott eredmények legfőbb konklúziójának azt tartom, hogy a leginkább fókuszban lévő fiatal felnőttek csoportja a legtöbb esetben kevesebb időt tölt a számítógép előtt, és kevésbé befolyásolt a számítógép által, mint a felnőtt kategóriába tartozó egyének. Ennek egyik fő oka az lehet, hogy az Y generáció egy része is már a felnőtt kategóriába esik, a másik,



hogy a társadalom átalakulása révén, ezek az egyének már úgy rendezik be az életüket, hogy abban nagy mértékben maradjon hely a számítógép, és a számítógépes játékok számára. Ők már nem a „tiltó” szülők közé tartoznak, hanem leülnek a gyerekükkel a számítógép elé játszani. Ezzel szemben a kutatók kevésbé tudnak elszakadni attól a gondolattól, hogy a fiatal felnőtteket tegyék meg fókuszcsoporthoz. Lehetséges, hogy alapjaiban alakulna át a számítógépes társadalomról alkotott kép, ha az idősebb, 30-40 éves korosztály számítógépezési szokásai és számítógéppel kapcsolatos attitűdje nagyobb hangsúlyt kapna a tudományos kutatásokban.

Az elfoglaltsági típus alapján kutatásom nem talált alátámasztást arra a sztereotípiára, hogy az online számítógépes játékok jelentős mértékben roncsoznak a szociális készségeket. Eredményeim szerint bár az online játékosok sok időt töltenek a virtuális világban, ám ez nem okoz nekik hátrányt a mindennapi életben. Ellenben az offline játékosok eredményeiben tükröződni látom a társadalom félelmét: ők sokkal introvertáltabbak online játszó társaiknál, kevésbé nyitottak a világra, agresszivitásra hajlamosak és napi több, mint 4 órát töltenek egyedül egy virtuális világban, míg online játszó társaik ez idő alatt új kapcsolatokat kötnek és szociális életet élnek a világhálón. Kutatásom egyik legfőbb konklúziójának látom, hogy a fókuszcsoporthoz tartozó online játékosok helyett érdemes lenne az offline játékosok csoportját figyelni, ugyanis ők valóban veszélyeztetettek lehetnek választott elfoglaltsági típusuk miatt.

Kutatásom legfőbb célja volt feltárni, hogy mik azok a pontjai a magyarországi internet használatnak, amik további tudományos figyelmet igényelnek az információs és internetes társadalom minőségi javítása, fellendülése érdekében. Úgy gondolom, szakmai szemléletváltás szükséges az ezen a téren folyó kutatások kapcsán. El kell fogadni, hogy a számítógép az emberek mindennapi életének szerves része lett, hogy életük minden részének egy hányada (tanulás, munka, szórakozás, szociális élet) átkerült a virtuális világba. Ma már éppolyan nehéz számítógép nélkül boldogulni, mint mobiltelefon vagy autó nélkül. Ennek megfelelően a társadalmi átalakulást követnie kell a tudományos nézetek átalakulásának, és a számítógép használat visszaszorítása helyett egy biztonságos, értékes, minőségi virtuális világ létrehozásán kell dolgozni, meg kell tanítani az embereket a helyes internethasználatra, a számítógép hátrányaira és előnyeire, és bízni kell benne, hogy ugyanúgy a helyére kerül az internethasználat mind

a tudományos, mind a hétköznapi életben, mint ahogy a történelem korábbi technikai vívmányai is megtalálták az előnyös, fejlődést biztosító helyüket.

## Irodalomjegyzék

American Psychiatric Association (APA) (1994). *Diagnostic and statistical manual for mental disorders* (Fourth Edition). Washington, DC.

Baker J. R., Moore, S. M. (2011) An opportunistic validation of studies on the psychosocial benefits of blogging. *Cybersychology and Behaviour*, 14, 387-390.

Baker, R.K., White, M. K (2011) In their own words: Why teenagers don't use social networking sites. *Cyberpsychology and Behaviour*, 14, 395-398.

Bargh, J.A., McKenna K.Y.A. (2004) The internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55, 573 – 590.

Block, J. (2008) Issues for DSM-V: Internet Addiction. *American Journal of Psychiatry*, 165, 306-307.

Crawford, C. & Peabody, S. (1997) *The Art of Computer Game Design* <http://www.geocities.com/SiliconValley/Foothills/3761/Coverpage.html> (Letöltve: 2012. február 20.)

Csepeli, Gy., & Prazsák, G. (2010) *Örök visszatérés? Társadalom az információs korban*. József Emlékhely, Budapest.

Davis, R. A., Flett, G. L., & Besser, A. (2002) Validation of a new scale for measuring problematic internet use: implications for pre-employment screening. *Cyberpsychology and Behavior*, 5, 4, 331-45.

Demetrovics Zs., Szeredi B., Nyikos E. (2004) A problémás Internethasználat Kérdőív bemutatása. *Psychiatria Hungarica*, 19, 2, 141-160.

Dr. Hajdú Zoltán (2009) *Videójáték és gyermekek 2009-ben*. In Gabos, E. (ed) *A média hatása a gyermekekre és fiatalokra V*. 50-53., Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat Magyar Egyesület, Budapest.

Ellison N. B., Steinfeld C, Lampe C. (2007) The benefits of Facebook „friends”: Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168.

Eysenck, H. J., Eysenck, S. B. G. (1975) *Manual of the Eysenck Personality Questionnaire (adult and junior)*: Hodder & Stoughton, London.

Fábián, Z., Galács A., Gerhardt E., Kollányi B., Körner J., Ságvári B., Székely L. (2007) *A digitális jövő térképe. A magyar társadalom és az Internet*. ITHAKA, Budapest.

Grohol, J. M. (1999) Too much time online: Internet addcition or healthy social interactions? *Cyberpsychology and Behaviour*, 2, 395-402.

Hirsch, E.D., Kett, J.F., Trefil, J.S. (1993) *The dictionary of cultural literacy*. Houghton-Mifflin, New York.

Junghyun K., Lee J. E. R. (2011) The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends ans self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology and Behaviour*, 14, 359-364.

Kósa, É., László M. (2009) *Új trendek és régi szokások: helyzetkép a 12-17 éves korosztály és a média kapcsolatáról*. In Gabos, E. (Ed) *A média hatása a gyermekekre és fiatalokra V*. 73-84. Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat Magyar Egyesület, Budapest.

Kraut, R., Kiesler, S., Mukhoadhyay T., Scherlis W., (1997) *Why people use the Internet*. HomeNet Project Report

Kurucz I. (2009) *Nekik már gyerekjáték – gyerekek a világhálón* In Gabos, E. (ed) *A média hatása a gyermekekre és fiatalokra V*. 92-96. Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat Magyar Egyesület, Budapest.

L’Abate, L. (1991) The use of writing in psychotherapy. *American Journal of Psychotherapy*, 45, 87-98.

Livingstone S. (2008) Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers’ use of social networking sites for intimacy, privacy, andself-expression. *New media and Society*, 10, 393-411.

McCullagh K. (2008) Blogging: Self-presentation and Privacy. *Information & Communication Technology Law*, 17, 3-23.

Muise, A, Christofides E, Desmarais S. (2009) More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? *Cyberpsychology and Behaviour*, 12, 444-462.

Neslihan, K. Ö., Sevim, B. (2007) Internet use and it's relation with the psychosocial situation for a sample of university students. *Cyberpsychology and Behaviour*, 10, 767-773.

Nielsen Media Research (1998) Report on television. New York: Nielsen Media Research.

Pék, Gy. (2006) Internet és személyiség. In Gabos, E. (ed) *A média hatása a gyermekekre és fiatalokra III*. 110-119. Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat Magyar Egyesület, Budapest.

Rab, Á. Sz. (2006) *Az online szerepjáték-közösségek antropológiai vizsgálata* In Gabos, E. (ed) *A média hatása a gyermekekre és fiatalokra III*. 315-325. Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat Magyar Egyesület, Budapest.

Raybourn, E. M. (1997) Computer Game Design: New directions for Intercultural Simulation Game Designer. *Developments in Business simulation and Experimental Exercises*, 24.

Ritter A. (2002) A Serdülők és az Internet. *Serdülő- és Gyermekpszichiátria*, 2 1, 44-49.

Stern, L.A., Taylor K. (2007). Social networking on Facebook. *North Dakota Journal of Speech and Theater*, 20, 9-20.

Tapscott, D. (1998) *Growing up digital. The rise of the net generation*. McGraw-Hill, New York.

Tari A. (2010) *Y generáció*. Jaffa Kiadó, Budapest.

Varga J. (2011) *20 éves a magyarországi internet: ahogy a szakemberek megélték, megélik*. Internet Szolgáltatók Tanácsa, Budapest.

Widyanto, L., Griffiths M. D. Brunson, V. (2011) A psychometric comparison of the internet addiction test, the internet-related problem scale, and self-diagnosis. *Cyberpsychology and Behaviour*, 14, 141-150.

Young, K. (1997) *What makes the internet addictive: potential explanations for pathological Internet use*. Paper presented at the Annual Conference of The American Psychological Association, Chicago.

Zuckerberg, M. (2010) *500 million stories. The Facebook blog*. (<http://blog.facebook.com/blog.php?post=409753352130> (Letöltve: 2012. 01.31.)

**Sebő Tamás**

## **A férfiak segítségkérő viselkedése és az internet világa**

Tanulmányomban a virtuális térben zajló kommunikáció néhány specialitásának felvillantása után részletesen foglalkozom a férfiak segítségkérési szokásaival orvosi, pszichológiai, pszichiátriai vonatkozásban. A gondolatmenet központi magvát az a feltételezés képezi, hogy a virtuális térben történő kommunikáció jól illeszkedik a férfiak segítségkérő viselkedéséhez.

Arra igyekszem rávilágítani, hogy a számítógép által közvetített kommunikáció sok szempontból rendelkezik, olyan tulajdonsággal, amelyeket a férfiak szívesen kihasználnak társas támogatás és segítség kérésére. A virtuális világba transzformált segítségkereső viselkedés enyhíti azokat a veszélyeket, melyek a személyes szemtől-szembeni helyzetekben fenyegetnék a férfiak önértékelését.

### **A virtuális tér (Cyberspace)**

A virtuális tér egészen eltérő jellemzőkkel bír, mint a személyes világ. A digitális társadalomban élő ember számára nagymértékben kitágultak a személyközi kapcsolatba kerülés idejének, helyének és módjának lehetőségei. A különböző online színtereken ezek a jellemzők specifikus módon fejtik ki hatásukat, eltérő pszichológiai minőségeket hozva létre ezzel. Ezekben a virtuális terekben az egyén tapasztalata megváltozhat akár saját magával, akár más emberekkel kapcsolatban (Suler, 2000).

Az angol elnevezés „*computer mediated communication*” röviden: CMC) magában hordozza a számítógép által közvetített kommunikáció esszenciáját, tehát hogy a számítógép mediátorként működik a kommunikációban résztvevő felek között. Ez számos jelentős változást eredményez az online interakciók dinamikájában. Az alábbiakban sorra veszem a virtuális tér néhány releváns pszichológiai és kommunikációs jellemzőjét Suler: *The Psychology of cyberspace* című munkája nyomán (Suler, 2000).

**Korlátozott érzékelés:** Az internet világában alapvetően csak két érzékelési modalitásra: a látásra és a hallásra támaszkodhatunk, ezekre is csak korlátozott mértékben. A vizualitásból és az auditív érzékelésből is számos információ elvész, melyek személyes találkozások esetén a non-verbális csatornákon keresztül kommunikálódnak.

Például kimarad az interakcióból az a komplex vizuális benyomás mely minden esetben feltétel nélkül létrejön a személyes találkozások alkalmával. Az auditív érzéketek kapcsán pedig a finom hangszínek és hangsúlyok pontos érzékelése korlátozódhat. Teljesen kimaradnak a kommunikációból a fizikai taktilis érzékelések, mint a kézfogás, ölelés, csók, sétatempó, távolság. Végül, de nem utolsó sorban pedig a szaglás, mint fontos érzelmeinkre, és benyomásainkra ható modalitás teljes mértékben kizárul a kommunikációból. A korlátozott érzékszervi tapasztalásoknak a virtuális térben számos jelentős hátránya van, de más perspektívából nézve, ezekből a hátrányokból előny kovácsolható. Például, az a személy, aki nem jó a személyes kommunikációban, kifejezetten előnyére fordíthatja, hogy a virtuális felületeken egyéb technikákkal cserélheti fel a hiányzó non-verbális kommunikációs jeleket.

*Írásbeliség:* Az interneten zajló kommunikáció nagy része írásban zajlik. Az írás eltérő kognitív képességeket igényel, mint a beszéd és a hallgatás. Egy gondolatot leírni és elolvasni egészen eltérő módja az önkifejezésnek és a másik ember érzékelésének. Az írásbeli kommunikációt nem szabad leértékelni amiatt, hogy csak a vizuális érzéketi modalitást veszi igénybe. Számtalan tapasztalás, és kutatás alátámasztja, hogy az írás hatékony formája az én megjelenítésnek, és a kapcsolattartásnak. (Pennebaker, 2005) Az E-mail, a chat, az SMS, a blog írás mára a szociális interakciók megszokott formájává váltak. Az online felületen létező szöveg alapú kommunikációval funkcionáló kapcsolatok is igen komplexek lehetnek.

*Flexibilis identitás:* A szemtől szembeni kommunikáció hiánya komoly hatással van arra, miként reprezentálja az egyén önmagát a virtuális színterekben. Az írásbeliség megadja a lehetőséget, hogy a személy önmaga lehessen, megszabadulva a szerepektől, szerepelvárásoktól, és az esetleges stigmáktól. Ezzel együtt szintén lehetséges, bizonyos, tulajdonságok kiemelése vagy éppen elrejtése, illetve vágyott identitások kipróbálása. A fontos és új jelenség ezekben a virtuális terekben, hogy a felhasználó nagymértékű kontrollt gyakorolhat saját anonimitása felett. Ezt hívjuk dizinhibíciós hatásnak, mely pozitívan és negatívan is érvényre juthat. A kedvező oldala, hogy a személyes kapcsolatok gyorsabban mélyülnek el, könnyebben megnyílnak az emberek, beszámolnak érzéseikről, titkos vágyaikról, félelmeikről. (Wysocki, 1998 idézi Lai-yee Ma és Leung, 2006) A CMC által kialakított biztonságos színtér megengedi az egyénnek, hogy őszinte legyen má-



sokhoz és önmagához, és olyan témákkal foglalkozzon, melyet személyes találkozások alkalmával nem merne felvállalni. Ez a fajta biztonság, melyet a felvállalás, felelősségvállalás könnyebbsége jelent, néha negatívan hathat, ha a felhasználó, olyan késztetéseknek, és érzelmeknek enged teret a virtuális világban, melyek igen destruktívak és sértőek lehetnek mások számára.

*Kiegyenlített státusz:* Az internet színterein mindenki egyenlő esélyt kap, hogy képviselje önmagát, tekintet nélkül gazdasági, faji, vallási, nemi hovatartozásra. Természetesen vannak bizonyos helyzetek, amikor bizonyos szereplőknek, több „hatalma van” egy virtuális színtéren, de ezek az előnyök más szabályok szerint és kevésbé kontrasztosan szerveződnek, mint a valós életben. Általánosságban elmondható, hogy az online interakciókban résztvevők könnyebben érezhetik egyenrangúnak egymást, ami fontos lehel az autoritás problémával küzdők számára.

*Térbeli távolság:* A mindennapi életben földrajzi távolságok nagymértékben meghatározzák, hogy ki kivel tud kapcsolatba lépni. Ez nem érvényes a virtuális világra, hiszen itt a távolság fogalma irreleváns. Ez két fontos pozitív hatással jár. Az egyik, hogy igen speciális, érdeklődéssel, és vágyakkal rendelkező személyek és csoportok, szolgáltatók könnyebben egymásra találhatnak. A másik, hogy a távolság áthidalására szánt idő felszabadul.

*Flexibilis idő:* Az internet színterei speciális időbeli viszonyokat teremtenek a kommunikációban. A szinkronban lévő kommunikációs formák valós időben zajlanak ilyen a chat, vagy a video telefonálás. Az aszinkron módon működik az E-mail, a fórum és a blog. Ezek tehát nem követelik meg, hogy az interakcióban résztvevő felek időben összehangolódjanak. Az írásbeli kommunikációs formák esetében, akár szinkron akár aszinkron interakcióról beszélünk, kitágult időbeli határok vannak jelen. Példa erre, hogy még egy valós idejű chat-beszélgetésben is van „extra gondolkodási idejük” a résztvevőknek. Sok esetben néhány másodperctől az 1 percig tartó reakció idő is elfogadható, ez jóval hosszabb idő, mint amit egy személyes interakció megenged. Aszinkron kommunikáció esetében órák, napok, akár hetek is eltelhetnek, míg az egyik fél reagál. A virtuális tér különleges tehát abban a tekintetben is, hogy itt folyamatban lévő interakciók hosszan elnyúlhatnak időben. Ez a jellegzetesség kényelmes teret biztosít az adott válasz átgondolásának, a gondolatok összerendezésének. Ez a jellemző tovább fokozhatja a személyes kontroll érzését.

*A média meghibásodása:* Számításba kell venni, hogy a virtuális világot gépek tartják fenn, és rajtuk keresztül biztosított a felhasználó hozzáférése „on-line életéhez”. Ebben az értelemben az egyén ki van szolgáltatva a technikának, és bizonyos szolgáltatóknak. A valós életben csak a legkritikább esetben kell számolni a kommunikációs csatorna összeomlásával, illetve az interakciót zavaró tényezők könnyen kezelhetőek. CMC-ben ha akadályba ütközik a felhasználó, frusztrációt, és haragot érez, ilyenkor potenciálisan tere nyílik, hogy a gépre vetítse aggodalmát, és félelmeit, melyek valójában egy személyre, helyzetre vonatkoznak. Fordítva is értelmezhető a gondolat, amikor az egyén személyes döntését, tettét a számítógép - a kommunikációt közvetítő eszköz,- valamilyen hiányos funkciójával magyarázza. Az ember számítógépekkel való viszonya sokat elárul a virtuális világgal való kapcsolatáról.

### **Szociális megerősítés a közösségi oldalakon**

A szociális megerősítés elengedhetetlen, az egyén mentális egészségéhez. A szociális megerősítés olyan támogató interakció, amelyben a résztvevők verbálisan vagy nonverbálisan segítséget kérnek és adnak egymásnak. Ez megnyilvánulhat az empátia vagy az aggodalom kifejezésében, információ közvetítésben, tanácsadásban, vagy valamilyen kézzel fogható segítség nyújtásában. A fentebbi interakciók megvalósulhatnak két vagy akár több személy közt is. Több vizsgálat bizonyította már (Hui-Jung, 2009, Shaw és Gant, 2002), hogy pozitív együtt járás van az egyén fizikai és pszichikai jóléte és a szociális megerősítés, támogatottság közt. Ismeretes, hogy az emberek folyamatosan alkalmaznak támogatás kereső viselkedéseket, annak érdekében, hogy el tudják viselni a mindennapok feszültségeit, vagy szembe tudjanak nézni életük nehéz pillanataival. Napjainkban az elektronikus kultúra azzal az előnnyel szolgál, hogy ezt a támogatást kereső viselkedést az internet világába transzformálhatjuk a számítógépes kommunikáció segítségével. Az internet és a közösségi oldalakat úgy is tekinthetjük, mint egy alternatív lehetőséget, a szociális megerősítések keresésére, begyűjtésére. Ráadásul néhány szempontból ez a CMC-s közeg még vonzóbb is, mint a valós, szemtől szembeni kommunikáció (Hui-Jung, 2009). Ezek a következők:

1) A virtuális közeg lehetővé teszi, hogy az emberek kiterjesszék és fenntartsák személyes kapcsolati hálójukat, idő és térbeli korlá-

tozások nélkül. Minél több időt tölt el az interneten a felhasználó, szociális értelemben annál jobban megerősítve érezheti önmagát (Franzen, 2000, idézi Hui-Jung, 2009).

2) A részleges anonimitás, melyet az online közeg nyújt, egyfajta személyes puffer zónát biztosít. Tehát online közegben az egyén kevésbé tűnik sebezhetőnek, mint élő kommunikációban, nagyobb az önbizalma, és bátrabban beszél érzékeny témákról is.

3) Az üzenetfal struktúrára épülő közlés típusú hozzászólások nagyban segítik fenntartani az interaktivitást, sokkal inkább, mint a hagyományos üzenetváltások. A legtöbb üzenőfal struktúrával működő oldal aszinkron írásos kommunikációval dolgozva bőséges időt ad a felhasználóknak, hogy megfogalmazzák hozzászólásaikat, reakcióikat.

### **A férfiak kisebb valószínűséggel fordulnak professzionális segítséghez**

Már több vizsgálat kimutatta, hogy a férfiak kortól, nemzetiségétől, etnikai hovatartozástól függetlenül ritkábban fordulnak segítségért, mint a nők. Amikor segítséget kérnek, akkor is kevesebbet kérdeznek a nőkhöz viszonyítva, igyekeznek tárgyilagosak lenni. Ez jól jelzi, hogy a férfiak számára a segítségkérő szerepe igen negatív státuszt képvisel (Courtenay, 2000, Addis és Mahalik 2003). Habár a férfiak nagyobb eséllyel küzdenek inadekvát szerhasználatból fakadó pszichoszociális problémákkal, mégsem keresnek segítséget (Robbins, 1989). Azt is számos eredmény igazolta már, hogy ritkábban vesznek igénybe pszichiátriai, pszichoterápiás, vagy mentálhigiénés szolgáltatásokat (Vessey és Howard, 1993). A segítségkérés folyamatát lépcsőkre bontva, feltételezhető, hogy a nők jobbak a stressz okozta érzelmi állapotaik felismerésében és megcímkezésében a férfiaknál (Dickstein, Stephenson és Hinz, 1990, idézi Addis és Mahalik, 2003).

Ezen hiányosságnak komoly vonzatai vannak az egészségre, és annak megtartására nézve. A segítség keresésére való hajlandóság befolyásolhatja a várható életkort is. A segítség felkutatása, kérése, és elfogadása fontos elem az egészség megőrző magatartás láncolatában. Napjaink orvostudományában nagy hangsúlyt kap a megelőzés, és a korai diagnosztizálás. A világon számos országában a férfiak ala-csonyabb életkort élnek meg, mint a nők (Courtenay 2000). Az USA-ban átlagosan 7 évvel hazánkban pedig 8 évvel élnek keveseb-

bet a férfiak, a nőkhez viszonyítva. Magyarországon várható életkor 2010-es adatok alapján nőknél 78,6 év, míg a férfiaknál, 70,7 év. Ennek a jelentős eltérésnek természetesen számos magyarázata létezik, de ezen okok sorába beállíthatjuk, azt az egészségfenntartó magatartás hiányát, tehát azt az aktivitást, amely a férfiak segítségkérésére, segítségkérésére és vonatkozik. A kutatások tehát azt mutatják, hogy a férfiak, mint csoport egységesen vonakodnak igénybe venni a potenciálisan könnyen elérhető segítségeket, legyen az akár orvosi, akár mentálhigiénés jellegű.

Amikor a segítségkereső viselkedés gyakoriságát vizsgáljuk a nemek közt, számításba kell venni biológiai, pszichológiai és kulturális folyamatokat egyaránt. Magát a viselkedést igen nehéz mérni, nehezen találni olyan indikátort, amely pontosan ezt a tevékenységet jelöli. De egyetlen ilyen változó egyébként sem lenne képes önmagában magyarázni egy ilyen összetett viselkedést. A csoportok közötti, és a személyek közötti eltérések értelmezéséhez pedig még alaposabb elméleti megfontolások szükségesek. Két egymásba fonódó elmélet adja meg a lehetséges értelmezési keretet, a nemi szerepre való szocializáció és a szociális konstrukcionista elmélet, melyet az alábbiakban részletesebben kibontok.

A nemek közötti eltérésre fókuszáló megközelítés szerint a férfiak ritkább segítségkereső viselkedése a nemi szerepek szocializációjának köszönhető. Tehát annak, hogy a férfiak és nők a saját kulturális értékek, normák és ideológiák mentén alakítják ki saját hozzáállásukat a segítségkéréshez (Real, 1997). A segítségkérés aktusa sokszor tartalmazza a következő üzeneteket:

- Támaszkodj másokra.
- Ismerd el, hogy szükséged van segítségre.
- Ismerd fel és nevezd meg érzelmi problémádat.

Mindezek erős konfliktusban állnak a férfi nemi szerep üzeneteivel:

- Fontos az önbizalom.
- Fontos a fizikai állóképesség.
- Fontos az érzelmi stabilitás és kontroll.

Maszkulin ideológia: az a hit és vélemény rendszer, hogy mit jelent férfinak lenni. Ez valójában kulturális normák, értékek és szerepek internalizációja. Ezek az ideológiák eltérhetnek egymástól személyenként és csoportonként és idővel is változhatnak. Gondoljunk csak korunk, megváltozott értékrendszerére. Ugyanakkor fontos számítás-

ba venni, hogy különböző csoportok ideológiái befolyásolhatják egymást. Például a többség ideológiája hatással lehet a kisebbségére. Amerikában például sokáig a fehér középosztálybeli heteroszexuális férfi ideálképe volt a követendő példa. A férfi nemi szerep konfliktusa a maszkulin szerepelvárásoknak megfelelni, olyan esetekben is, amikor ez különlegesen nagy erőfeszítést igényel. Nagy erőfeszítést igényel folyamatosan kontrollálni az érzelmeket, készen állni a hatalom demonstrálására és az esetleges versengésre (Addis és Mahalik, 2003). A pszichológiai irányú segítségkérés kapcsán, a maszkulin szerep különösen erős tiltó üzenetet küld. E szerint az érzelmeik terepe a nők által dominált világ. Ezen a síkon gyengének mutatkozni dupla akkora veszélyt jelent, mint a fizikai elgyengülés (Good, 1995). Ezzel egybeesően egy vizsgálat (Zeldow, 1979) megmutatta, hogy a nők liberális elfogadása, és a férfiak segítség keresési hajlandóságának növekedése közt pozitív korreláció van.

Szociális konstrukcionista szemszögből azt kell látni, hogy a segítségkéréshez való hozzáállás mindig egy adott szituáción keresztül, változatos jelentéssel felruházható férfi elvárások értelmezése mentén épül fel. Tűrni a fájdalmat határozottan maszkulin jellemző, és erre számtalan megerősítést is kapnak a férfiak. Például egy focista nagy elismerést vívhat ki férfitársai körében, ha egy mérkőzés alkalmával sérülten is vállalja a játékot, ezzel bizonyítva fizikai állóképességét, és kontrollját önmaga felett. A segítség elutasítása, a fájdalom elfojtása azért éri meg viselkedés szintjén, mert fenntartja a pozíciót a dominanciában, mivel elrejtje a látható gyengeséget. Más szavakkal a nemi szerep, inkább egy folyamatos viselkedés (ige) mintsem egy állandó tulajdonság (főnév). A férfiasság „intézménye” szemlélhető úgy, mint egy folyamat, amely aktívan konstruálja önmagát, és folyamatosan megerősítést, igazolást kap a férfi társaktól annak mentén, miként viselkednek potenciálisan segítségkérő helyzetben. (Courtenay, 2000)

A szociálpszichológusok komplex dinamikus folyamatként kezelik tehát a segítségkérés folyamatát. Ezt mutatom be Michael E. Addis és James R. Mahalik elméleti összefoglalójának nyomán (Addis és Mahalik, 2003). Ez a modell tartalmazza a segítségkeresőket, a segítőket, a segítség típusát, és a szituációt, amelyben a folyamat zajlik. A nemi szerepek értelmezését, és a férfiasság konstrukcióját különösen a segítséghez fordulás esetében alapvető szociálpszichológiai folyamatok irányítják. Ezek a következők:

- a) annak megbecsülése, hogy az adott probléma mennyiben normatív
- b) mennyire érinti a probléma a személyiség centrális jellemzőit
- c) a reciprocitás lehetőségének felmérése
- d) a viszonyítási csoport várható reakciója a segítségkérésre
- e) kontrollvesztés mértékének megbecsülése

### *A probléma normativitása*

Az, hogy egy probléma normatív, vagy elfogadott, nagyban függ attól, hogy az illetőnek mennyire ismerős a helyzet, látta-e hogy mások is szenvednek ilyen problémától. Például egy orvos nem ijed meg egy merevedési zavartól, hiszen számtalan páciensénél látott már ilyen, ismeri a probléma lehetséges okait és a kezelési módokat. Tudja, hogy mi a megszokott reakciója másoknak. Vele ellentétben egy focista igen csak kétségbe eshet merevedési problémákat tapasztalva, mert az ő környezetében nem találkozott ilyesmivel, nem került elő sosem a kérdés, mint realizált probléma. Tehát nem látott arra példát, miként reagálnak mások ilyen helyzetben. Nalder kutatása kimutatta, hogy annak megbecsülése mennyire normatív, illetve vállalható a probléma, befolyásolja a segítséghez fordulás valószínűségét (Nalder, 1990, idézi Addis és Mahalik, 2003). Ezek alapján érthető, hogy az önbecsülést sokkal inkább az veszélyezteti, ha a probléma nem normatív. Például, ha egy férfi előzetes tudása egy elvégzendő feladatról az, hogy olyan komoly kihívásról van szó, amelyen sokan elbuktak, akkor sokkal nagyobb eséllyel kér segítséget, mintha úgy tudja a legtöbben gond nélkül megoldották a feladatot.

Mahalik (2000, idézi Addis és Mahalik, 2003) szerint a férfiakat nagyban befolyásolják azok a normatív maszkulin üzenetek, melyek a leíró, elrendelő és kohéziós normákon keresztül kommunikálódnak. A leíró jellegű férfias normák azon keresztül hatnak, amikor a férfi megfigyeli társait, miként viselkednek egy adott helyzetben. Például férfiak gyakran maszkolják el szomorúságra, depresszióra vonatkozó érzelmeiket. Tehát a megfigyelő szemszögéből a depresszió egy nem normatív probléma, mivel ritkán figyelhető meg. Az elrendelő normák olyan üzenetek, melyek a már fentebb említett kulturális szerepeltvárásokból fakadnak. Például, hogy az ideális férfi erős és független. A kohéziós normák egyfajta modellkövetést hordoznak magukban. Te-



hát, hogy a megfigyelő férfi érzékeli egy híres ember viselkedését, gondolatait, érzéseit. Általában az ilyen népszerű emberek gazdagnak, boldognak, egészségesnek, és magabiztosnak látszanak. Ebből az a következtetés vonódik le a megfigyelőben, hogy szegénynek, depressziósnak, gyengének és bizonytalannak lenni nem normatív.

### *A központi tulajdonságok érintettsége*

Nalder (1990) tanulmányában kimutatta, hogy minél inkább a személyiség központi vonásait veszélyezteti egy probléma, annál kisebb az esélye, hogy segítséget kérjen a férfi. A központi vonás azt jelenti, hogy mennyire része egy adott tulajdonság, képesség a személyiség legfontosabb elemeinek. Például, egy akadémikusnál az intelligencia a központi tulajdonság, míg egy atléta esetében inkább a fizikai állóképesség képi az énkép magját. Ennek fényében az akadémikus nehezebben fordul segítségért, ha adott esetben memória problémái adódnak, egy sportoló pedig könnyebben kezeli ugyanezt a helyzetet (Nalder, 1990 idézi Addis és Mahalik 2003).

### *A reciprocitás lehetősége*

A férfiak nagyobb eséllyel kérnek segítséget, amennyiben látnak lehetőséget a szívesség viszonzására. Ez szorosan összefügg a probléma normativitásával. Ha egy probléma normatív, akkor nagy eséllyel az aktuális segítségnyújtó is kerülhet hasonló helyzetbe. Ekkor a szerepek felcserélődnek a segítség viszonzható, ráadásul a gesztus formája igen hasonló. Jó példa erre, amikor a szomszédok, valamilyen természeti csapás után egymás segítségére vannak. Ha egy probléma nem normatív, akkor feltehetően kevesebb esély van a viszonzásra, így a segítségkérés esélye is lecsökken (Wills, 1992). Különösen nehéz ez akkor, ha olyan támogatásra van szükség, melyek összefüggnek lelki problémákkal. Ezek azért is nehézkesek, mert a segítség kérője nem kompetens azonos típusú támogatás viszonzásában. A terápiás munkában gyakran előkerül a viszonzás kérdése (Andronico, 1996, idézi Addis és Mahalik, 2003). A szociális-konstrukcionista megközelítés szerint a reciprocitás megkövetelése a segítségkérés kapcsán biztosítja a segítségkérő státuszát. A viszonzásra való elkötelezettséggel elkerülheti a tartós adós státuszt, és közben megtartja az erős és kompetens férfi érzetét.



### *A referenciacsoport reakciója*

A férfiak sokszor erősen akadályoztatva érzik magukat segítségkérés tekintetében, amennyiben a körülöttük lévő férfiaktól úgy érzékelik, hogy lebecsülik a segítségkérést. Ez különösen igaz ha: a) A férfi referencia csoportnak egyöntetű a véleménye. b) Ha az egyén erősen azonosul a csoporttal.

Ha az adott férfinak csak egy ilyen referencia csoportja van, és ez hangsúlyozza a maszkulin normákat, akkor nagy eséllyel „megtartja a depresszióját magának”. Abban az esetben viszont, ha e referencia csoport mellett van például egy vallásos közösség is, amely támogatja a problémák megosztását, jóval nagyobb az esélye a segítségkeresésnek. Ebben az összefüggésben tehát nem csak magát a problémát kell normalizálni, hanem magát a segítségkérés aktusát is. Azt kell elérni, hogy a segítségkérés ne számítson deviáns viselkedésnek a csoport normái szerint (Addis és Mahalik 2003).

### *A kontrollvesztés mértéke*

A szociális konstrukcionista elmélet azt is hangsúlyozza, miként segít az önbizalom fenntartása, és a függőség elkerülése – mint férfias norma – a hatalom és a kontroll megtartásában. A kontrollvesztés ellen folytatott erőfeszítés sokszor a professzionális segítségkérés ellen hathat. Egy negatív pszichológiai állapotot sokszor követ olyan esemény, amely fenyegetheti a személy szabadságát és autonómiáját. Ez ösztönöz a kompenzálásra, az önbizalom-, és én-hatékonyság érzésének helyreállítására. Például, ha egy férfi orvoshoz fordul, sokszor olyan terápiás instrukciókat kap, amelyek fenyegetik „szabadság érzetét”, vagy korlátozzák megszokott viselkedéseiben. Ezt a fajta kontrollvesztést igyekszik az egyén visszaszerezni az ellenállással. Tehát más szóval a segítségkérés kerülése, elutasítása mintegy megerősíti az autonómiát (Addis és Mahalik, 2003).

## **A virtuális világ potenciális előnyei a férfiak segítségkeresésének vonatkozásában**

### *Normativitás:*

Az internet kiváló terep arra, hogy a segítségkérő kiderítse, adott problémája mennyiben normatív, avagy sem. A felhasználó a világhálón számtalan forrásból juthat információhoz az őt érdeklő

bármilyen kérdésben. Mindezt gyorsan, anonim módon teheti meg, anélkül, hogy alkalmazkodnia kellene időben és térben egy külső személyhez. A közösségi oldalak használata szintén alkalmas arra, hogy a felhasználó rátekintsen, kapcsolatba lépjen olyan barátokkal, referenciaszemélyekkel, akik kompetensek az adott kérdéskörben.

### *Központi vonás fenyegetettsége:*

Ez esetben szintén a fentebbi előnyök érvényesülhetnek. Amennyiben az egyén önmagának minimális mértékben elismeri problémáját, megvan a lehetősége, hogy gyorsan és anonim módon férjen hozzá, olyan ismeretekhez, tanácsokhoz, melyek adott esetben átkeretezik, enyhítik feszítő problémáját, így vállalhatóvá téve azt.

### *Reciprocitás:*

A segítségkérés céljára kialakított online kapcsolat létrejöhet részleges anonimitás mentén, és jó eséllyel gyengébb kötődést hoz létre, mint egy személyes megkeresés. Továbbá mivel, a segítő és segítségkérő viszonya nem jelenik meg a hétköznapi életben, könnyebb eltekinteni a viszont segítség szükségességétől. Tehát a szimbolikus értelemben a kapcsolatban előálló lekötelezettség, jóval kevésbé markánsan jelenik meg. Ez főleg azokban az esetekben lehet, érdekes, amikor a segítségkérő nem jártas az adott problematika területén, így nem érzi, hogy kompetens lenne a segítség viszonzásában.

### *A referenciacsoport reakciója:*

Amennyiben a segítségkérő referencia csoportja „devianciának”, gyengeségnek értékeli, a segítséghez fordulás tényét, az egyénnek megvan a lehetősége, hogy online segítségért forduljon. Ha kihasználja a CMC kommunikáció (anonimitás és szinkronicitás) nyújtotta előnyeit, elkerülheti a konfrontációt közösségével. Továbbá rátalálhat olyan online közösségekre is, amelyek új referenciacsoportként funkcionálva átkeretezi problémája érzékelését, normatívvá téve azt. Így nagyobb valószínűséggel fordul személyesen is segítséghez.

### *Kontroll:*

Az anonimitás szabályozható mértéke önmagában egy kontroll funkció az online világban, tanácsadásban, nagyfokú biztonságérzetet teremtve ezzel. A CMC kommunikáció közvetettsége, és az aszinkron kommunikációs formák lehetőséget és időt adnak a „beszélgetésben” felmerülő kérdések és válaszok megfontolására. Ugyanígy helyet adnak az érzelmek azonosítására, megélésére és az én-feltárás mélységének pontos szabályozására.

### **A vizsgálat leírása**

#### *Vizsgálati személyek és adatfelvétel*

A vizsgálat az alábbi TÁMOP kutatás keretében zajlott 2012. február 2 - 2012. március 31. között. A projekt címe: *Generációk az információs társadalomban (Infokommunikációs kultúra, értékrend, biztonságkeresési stratégiák)* TÁMOP-4.2.1.

A mintavétel Szeged és környéke egyetemistáinak vonatkozásában reprezentatív. A vizsgálatban 740 nő és 348 férfi, összesen 1088 fő vett részt. Az átlag életkor: 20,53 év Szórás: 1,83 Min: 18 év Max 32 év volt. A vizsgálati személyek többféle kérdőívet töltöttek ki, amelyekből két, a témánk szempontjából releváns kérdőív adatait dolgoztuk fel ebben a tanulmányban.

#### *Hipotézisek*

Összevetve, a CMC kommunikáció és a virtuális tér specifikuságait, a közösségi oldalak használatát motiváló faktorokat, valamint a férfiak segítségkereső viselkedését meghatározó 5 tényezőt, megfogalmazható jó néhány hipotézis. A bemutatott szakirodalom tükrében megfogalmazható, hogy a maszkulin segítségkereső viselkedésekhez, jobban illeszkedik a CMC kommunikáció, valamint az Internet világa, mint az „off-line”, valós világhoz.

Weiser felmérésének tanulsága alapján tudható, hogy a férfiak munkájukból adódóan is többen vannak jelen a cyber térben, valamint hogy igen jelentős az online felületen játszható játékok népszerűsége körükben. (Weiser, 2001). Ez a tény érzékelhető hazánkban is.

Hipotéziseim kiinduló gondolata, hogy az anonimitás, szinkronicitás, illetve a közvetett kommunikáció, mint a CMC kommunikáció jellemzői, igen jelentős befolyásoló hatással lehetnek a férfiak

segítségkereső stratégiáira, támogatáskérő viselkedésére. Pontosabban fogalmazva, a számítógép által közvetített kommunikáció sok szempontból rendelkezik olyan tulajdonsággal, amelyeket a férfiak arra tudnak használni, hogy elkerüljék, enyhítsék azokat a veszélyeket, melyek a személyes szemtől-szembeni helyzetekben fenyegetnének önértékelésüket, segítséghez fordulás esetén.

Jelen vizsgálatban a közösségi oldalak használatán keresztül vizsgálom a férfiak támogatás kérő, és segítségkereső viselkedését. Feltételezem, hogy a férfiak az internet által közvetített kommunikációban (CMC), némileg felszabadulnak a maszkulin szerepelvárások alól, és aktívabban keresnek és nyújtanak társas támogatást. A feltételezés a közösségi oldalakon való tevékenységeket, jelenlétet tekintve azt jelenti, hogy a férfiak jobban motiváltak a társas identitás igényük kielégítésére, a segítség kérésére és nyújtására, és mélyebben és őszintébben vállalják önmagukat online felületen, mint a mindennapi életben.

A kétféle, alább részletesen ismertetett kérdőívek (SNSQ és RSDS) vizsgált dimenzióira vetítve ez azt jelenti, hogy feltételezem:

1. *Hipotézis:* Az alábbi dimenziókban, a férfiak a nőkhöz viszonyítva magasabb értékeket érnek el: 1. észlelt támogatottság, 2. társas identitás, 3. altruizmus, 4. virtuális jelenlét (SNSQ kérdőív faktorai), valamint az 5. mélység kontroll, 6. őszinteség (RSDS kérdőív faktorai).

2. *Hipotézis:* A c) hasznosság dimenziójával (SNSQ kérdőív) férfiak esetében erősebb együttjárás mutatkozik a következő dimenziókkal: 1. észlelt támogatottság, 2. társas identitás, 3. altruizmus, 4. virtuális jelenlét (SHSQ faktorai), 5. mélység kontroll, 6. őszinteség (RSDS faktorai).

### *Módszerek*

*A Közösségi oldalak használatát befolyásoló tényezőket vizsgáló kérdőív: Social Network Services Questionary (SNSQ) (Ohbyung és Yixing, 2009)*

Ohbyung és munkatársai vizsgálata bemutatja, hogy mi motiválhatja a felhasználót, amikor egy közösségi oldalon regisztrál, milyen előnyei származhatnak az oldalon való jelenlétből, az ott végzett tevékenységekből. A vizsgálat alapján a közösségi oldalak (Social Network Services = SNS) két funkciót töltenek be: a) A fela-

dat orientált kommunikáció elősegítése, tehát az információ hatékony megszerzésére és megosztására szolgál. b) Az emberi kapcsolatokra fókuszáló, azok fenntartását segítő eszköz. A felhasználók motivációi nagyrészt besorolhatók e két faktor valamelyikébe, természetesen a két funkció aránya minden ember esetében egyénileg változhat.

A szerzők az egyéni preferenciák megállapításához a Technológia Elfogadása Modell (Technology Acceptance Model, TAM) módosított változatát alkalmazták. A Fishbein és Ajzen által 1975-ben eredetileg megalkotott többfaktoros modellből, amely az információs rendszerek elfogadását, sikeressé válását hivatott vizsgálni, kettőt alkalmaztak. Továbbá egy új harmadik faktorral egészítették ki kérdőívüket, amely szociálpszichológiai elméleti alapokon nyugszik. E három faktor jól magyarázza a felhasználókat motiváló a közösségi oldalak használatát befolyásoló tényezőket. A három faktor:

1. Könnyű kezelhetőség

- Könnyű volt megtanulnom a közösségi portálok használatát.
- Könnyűnek találom a közösségi oldalak használatát.
- A közösségi oldalak használata képessé tett arra, hogy több embert tudjak megismerni.

2. Hasznosság

- A közösségi oldalak használata képessé tett arra, hogy több információt tudjak szerezni.
- A közösségi oldal egy hasznos kommunikációs szolgáltatás.
- A közösségi oldalak használata közben fejlődnek az információ-megosztási képességeim.
- A közösségi oldal nagyban segíti, hogy kapcsolatba lépjünk egymással.
- A közösségi oldalak használata közben fejlődnek a kapcsolat-teremtési képességeim.

3. Észlelt támogatottság (szociálpszichológiai konstruktum)

- Azok az emberek, akikkel a közösségi oldalakon találkozom, meg vannak elégedve velem.
- Azok az emberek, akikkel a közösségi oldalakon találkozom, sok támogatást és bátorítást adnak nekem, ha megtudják, hogy nehéz (krízis) helyzetben vagyok.
- Azok az emberek, akikkel a közösségi oldalakon találkozom, igyekeznek érzelmi támogatást nyújtani számomra.

0. Tényleges használat. (Ezek kontrollkérdések, melyek a közösségi oldalak használatának valós aktivitását igyekeznek feltérképezni.)

- Rendszeresen használom a közösségi oldalakat.
- Törekszem arra, hogy mindig jelen legyek a közösségi oldalakon.
- Sok időt töltök közösségi oldalakon.

A harmadik faktor jelen vizsgálat tekintetében a leginkább releváns, mivel az okok a kapcsolatorientált funkciókat foglalja magában, melyek értelmezhetőek lehetnek a segítségkeresési stratégiák tekintetében. Az észlelt támogatottság konstrukciója tulajdonképpen a „klasszikus” értelemben vett szociális támogatást, megerősítést jelent. A közösségi oldalakon extra dicséretet, támogatást lehet gyűjteni. A jobb önértékeléssel rendelkező, sok pozitív visszajelzést begyűjtő emberek jobban teljesítenek, kevesebbet hibáznak, könnyebben megszabadulnak az őket érő negatív hatásoktól, könnyebben visszatérnek a nemkívánatos érzelmi állapotokból. Az ilyen visszajelzések adása, és fogadása nagyban hozzájárul a pszichológiai jólléthez.

Az észlelt támogatottság önmagában is egy faktort képez a modellben, de további kiegészítő dimenziókat is rendeltek hozzá, annak érdekében, hogy minél részletesebb képet kaphassanak a közösségi oldalak kapcsolat orientált felhasználóiról. Ezek a következők: 3/a társas identitás, 3/b altruizmus, 3/c virtuális jelenlét.

### *3/a Társas identitás:*

A társas identitás az énfogalom (*self*) részét képezi. A *self* olyan aspektusairól van szó, amelyek a csoporttagságunkra, és az arról alkotott gondolatainkra, valamint az azzal kapcsolatos érzelmeinkre vonatkoznak. Igyekszünk olyan csoportokat keresni, melyek pozitívan erősítik énképünket, és segítségükkel magabiztosabbnak érezzük magunkat. A csoportban betöltött szerep, pozíció része lehet az egyén személyes céljainknak, önmegvalósításnak is. Ezen előnyök biztosítása érdekében folyamatosan ápolni kell a kapcsolatot az adott csoporttal, ennek ideális eszköze a legtöbb közösségi oldal.

### *A faktor tételei:*

- Nagyon fontos számomra, hogy abban az internetes közösségben, melynek tagja vagyok, milyen szerepet töltök be.
- Az internetes közösségemben folytatott tevékenységek az életem fontos részét képezik.

- Az a típusú ember vagyok, aki szeret foglalkozni internetes közösségével.

### 3/ b Altruizmus

Jelen vonatkozásban ez a faktor valójában a reciprok altruizmus fogalmát jelenti. Tehát olyan jelenség, amelyben egy ember úgy segít egy másiknak, hogy nem vár azonnali ellenszolgáltatást. Ettől függetlenül a reciprok altruizmus nem feltétel nélküli. Alapjában véve két tényező határozza meg: a) A *haszonélvező* nyereségének érezhetően nagyobb-nak kell lennie, mint a *jótevő* veszteségének. b) A *haszonélvezőnek* vissza kell adnia a szívességet fordított helyzetben. Ha mindez egy közösségi oldal keretein belül valósul meg, akkor plusz haszonként, élvezheti a jótevő, hogy gesztusát észlelték ismerősei. Az altruista viselkedést tanúsító felhasználó több dicséretre és megerősítésre tarthat számot internetes közösségétől, így növelve önértékelését.

#### A faktor tételei:

- Ha közösségi oldalon megtudom valakiről, hogy krízis helyzetben van, igyekszem bátorítani, támogatni.
- Ha az internetes közösségem tagjai kérik, szívesen segítek problémáik megoldásában.
- Ha internetes közösségem valamely tagjával jó dolog történik, gratulálok neki.

### 3/c Virtuális jelenlét

Az alfaktor annak a lehetőségnek a kifejezése, hogy a felhasználó a technika segítségével több helyen is ott tud lenni virtuális értelemben, és részese lehet olyan párhuzamos élményeknek, melyek egymástól távol esnek. Nagyban hozzájárul a valós életbeli (off-line) élmények közvetítéséhez, melynek segítségével kapcsolatok maradhatnak fenn és alakulhatnak ki. Mára a technika annyira fejlett, hogy a virtuális jelenlét önmagában is örömforrás lehet, és a virtuálisan megélt élmények kapcsán énkép megerősítő hatással bírhat. Fontos jellemzője a virtuális jelenlétnek, hogy rendelkezik az internetes kommunikáció (CMC) minden pozitív és negatív specifikumával.

#### A faktor tételei:

- Amíg a közösségi portálon tevékenykedek, úgy érzem, mintha egy másik világban lennék.



- Amikor a közösségi oldalon találkozom valakivel, olyan mint-ha személyesen találkozoznánk.
- A közösségi oldalak világa valóságosabbnak tűnik számomra, mint a valódi világ.
- Úgy érzem, hogy a közösségi oldal egy új világot teremt számomra.

A faktorokhoz tartozó tételeket a vizsgálati személynek egy 7 fokú Likert-skálán kellett értékelni, ahol az 1-es érték azt fejezte ki, hogy egyáltalán nem ért egyet, a 7-es érték pedig, hogy teljes mértékben egyetért az állítással.

*Internetes én-feltárást vizsgáló kérdőív (Revised Self-Disclosure Scale) (RSDS) (Lai-Yee és Leung, 2006)*

Az eszközt Whelles és Grotz fejlesztette ki 1976-ban. Az önbevalláson alapuló én feltárást vizsgálták. Eredetileg 5 jól elkülöníthető dimenzióit alakították ki. (Wheelees és Grotz, 1976, idézi: Lai-Yee és Leung, 2006). Lai-Yee és Leung a kérdőívet internetes, CMC kommunikációra alkalmazták, az eszköz stabilitása és variabilitása érdekében egy faktort kihagytak, így a négy dimenzió a következő: 1) Mélység kontroll; 2) Öszinteség és pontosság; 3) Pozitív és negatív természetű közlések; 4) Az önfeltárás gyakorisága és mennyisége. A kérdőívből jelen vizsgálatban csak két faktort lett felhasználva (1; 2) A kérdéssor tételeit egy 5 fokú Likert-skálán kell értékelni az 1 = „Teljes mértékben egyetértek”-től az 5 = „Egyáltalán nem értek egyet”-ig.

1: Mélység kontroll (Control of Depth). Ez a faktor azt méri, hogy a felhasználó milyen szinten tárja fel magát online közegben, mennyire személyes és intim a megnyilvánulásai.

*A faktor tételei:*

- Bensőségesen - nyíltan és teljesen - feltárom magam az interneten folytatott beszélgetéseimben.
- Ha egyszer felvállalom magam az interneten, akkor ezen az állapoton nem szoktam változtatni.
- Úgy érzem, hogy néha nem kontrollálom a személyes vagy intim dolgom feltárását, amikor magamról beszélek az interneten.
- Ha egyszer felvállalom magam az interneten, nagyon személyesen és nyíltan beszélek magamról.

2: Őszinteség és pontosság (Honesty and Accuracy). A második faktor azt méri, hogy a felhasználó mennyire őszinte az internetes kommunikációban illetve, hogy milyen mértékben torzul az énbemutatás.

*A faktor tételei:*

- Teljesen őszinte vagyok, amikor az érzéseimet és a tapasztalataimat megosztom az interneten.
- Az amilyennek az interneten mutatom magam, teljesen hiteles mása annak, aki valójában vagyok.
- Amit az interneten a hangulataimról, érzelmeimről és tapasztalataimról megosztok, mindig pontos mása annak, ahogy önmagamot látom.
- Mindig őszinte vagyok, amikor az interneten magamról beszélek.

## Eredmények

Az adatok feldolgozásához a PASW Statistics 18. verzióját használtam

A statisztikai próbákat a vizsgált dimenziók kérdéseinek összehasonlásával futtattam le. Faktorokat alakítottam ki a vonatkozó irodalmak alapján (Ohbyung és Yixing, 2009; Lai-Yee és Leung 2006). A kérdőív állításait angolról magyarra fordítottuk, ezért újra elvégeztük a vizsgálati eszközök reliabilitás vizsgálatát. Az eredményeket az 1. táblázat tartalmazza.

*1. táblázat. Reliabilitás vizsgálat*

Faktorok:	Kérdések:	Crombach's Alpha:
SNSQ (Ohbyung és Yixing, 2009;)		
a) valós használat	5, 15, 19	0,734
b) kezelhetőség	2, 10, 14	0,838
c) hasznosság	1, 3, 8	0,77
d) észlelt támogatottság	4, 9, 12	0,701
e) társas identitás	7, 17, 23	0,755
f) altruizmus	6, 20, 21	0,759
g) virtuális jelenlét	16, 18, 24	0,751
RSDS (Lai-Yee és Leung 2006)		
h) mélység kontroll	1, 2, 3, 4	0,703
i) őszinteség	5, 6, 7, 8	0,824

Megállapítható, hogy minden faktor megbízható. A Cronbach's Alpha értékek minden esetben nagyobb, mint 0,7.

Az így kapott dimenziók férfi és női mintán kapott értékét összevetettem kétmintás T próba segítségével. Az eredmények a következők:

2. táblázat. A kétmintás T próba eredményei.

T próba		N	Átlag	Szórás	p	t
valós használat	Férfi	342	12,7105	3,96034	0,001	-3,421
	Nő	731	13,5705	3,55950		
hasznosság	Férfi	343	22,8513	5,51908	0,004	-2,92
	Nő	725	23,8207	4,83608		
észlelt támogatottság	Férfi	332	12,4187	3,31380	0,006	-2,757
	Nő	710	13,0197	3,20167		
társas identitás	Férfi	344	9,4331	3,94365	0,971	0,014
	Nő	731	9,4241	3,56592		
altruizmus	Férfi	345	13,4406	3,88012	0	-5,607
	Nő	723	14,6957	3,17867		
virtuális jelenlét	Férfi	344	6,3895	3,28696	0,124	1,54
	Nő	732	6,0874	2,85644		
mélységkontroll	Férfi	343	9,4315	3,01756	0,001	3,439
	Nő	720	8,8069	2,64080		
őszinteség	Férfi	340	13,7618	3,83498	0	-4,988
	Nő	714	14,9160	3,34734		

A közösségi oldalak használatához kapcsolódó dimenziókban több helyen is jelentős különbség fedezhető fel férfiak és nők közt.

A nők jelentősen többet használják a közösségi oldalakat, mint a férfiak ( $t = -3,421$   $p = 0,001$ ).

A nők hasznosabbnak találják a közösségi oldalakat a férfiaknál ( $t = -2,920$   $p = 0,004$ )

A nők több társas támogatottságot érzékelnek a férfiaknál ( $t = -2,757$   $p = 0,006$ )

A nők nagyobb mértékű altruista viselkedést tanúsítanak a férfiaknál ( $t = -5,607$   $p = 0,000$ )

A nők online közegben őszintébben kommunikálnak a férfiaknál. ( $t = -4,988$   $p = 0,000$ )

A férfiak hajlamosabbak a feltárlkozásra virtuális közegben. ( $t = 3,439$   $p = 0,001$ )

A változóknak kiszámítottam a korrelációs együtthatóit, hogy megvizsgáljam, milyen mértékben tapasztalható együtt járás a vizsgált dimenziók közt. A férfiak és nők mintáit külön vizsgáltam, annak érdekében, hogy az esetleges eltéréseket összevethessem. Minden korreláció szignifikáns eredményt hozott ( $p=0,000$ ) az alábbi  $r$  értékek mellett (3. táblázat):

3. táblázat. A korreláció vizsgálat eredményei

Korrelációk:	valós használat	hasznosság	észlelt támogatottság	társas identitás
valós használat nő		0,604	0,413	0,649
valós használat férfi		0,705	0,456	0,667
hasznosság nő			0,505	0,623
hasznosság férfi			0,61	0,625
észlelt támogatottság nő				0,529
észlelt támogatottság férfi				0,492

Korrelációk (folytatás):	altruizus	virtuális jelenlét	mélység kontroll	őszinteség
valós használat nő	0,393	0,362	0,325	0,115
valós használat férfi	0,488	0,376	0,269	0,11
hasznosság nő	0,419	0,354	0,328	0,184
hasznosság férfi	0,57	0,354	0,338	0,239
észlelt támogatottság nő	0,602	0,274	0,35	0,251
észlelt támogatottság férfi	0,589	0,305	0,265	0,236
társas identitás nő	0,518	0,567	0,397	0,137
társas identitás férfi	0,548	0,552	0,413	0,129
altruizus nő		0,23	0,297	0,282
altruizus férfi		0,182	0,312	0,314
virtuális jelenlét nő			0,295	0,032
virtuális jelenlét férfi			0,409	0,039
mélység kontroll nő				0,219
mélység kontroll férfi				0,305

A 3. táblázatból kiolvasható, hogy több gyenge és közepes erősségű együttjárás is mutatkozik, a vizsgált dimenziók közt. Azonban a jelen kérdésfeltevés mentén a férfi és női minta külön kiszámított korrelációs együtthatóinak jelentős eltérése a releváns. A férfi és női korrelációs együtthatók eltérését Fischer féle  $r$ -to- $z$  módszerrel vizsgáltam. Két esetben találtam értelmezhető szignifikáns különbséget, férfi és női együtt járások közt.

1. hasznosság (c) és észlelt támogatottság (d): tehát a férfiak esetében a hasznosság megítélésével erősebben együtt jár az érzékelt támogatottság mértéke, míg nők esetében van ugyan párhuzam, de kevésbé erős (nők:  $r=0,505$  férfiak:  $r=0,610$   $p=0,0096$ ,  $z=-2,34$ ).

2. hasznosság (c) és altruizmus (f): tehát a férfiak esetében a hasznosság megítélésével erősebben együtt járnak az altruista viselkedési formák, míg a nőknél ez kevésbé jellemző. (nők:  $r=0,419$  férfiak:  $r=0,570$   $p=0,0021$ ,  $z=-3,08$ )

## Megvitatás

A férfi és női mintát összevetve az látható, hogy a nők jelentősen nagyobb mértékben használják ki a közösségi oldalak nyújtotta lehetőségeket. Úgy látszik, a virtuális térben is érvényesül az a női jellegzetesség, hogy a segítségkérés, és támogatás keresés területén jobb képességekkel rendelkeznek, és aktívabban használják ki lehetőségeiket. Ez a mindennapi életben is megfigyelhető (Cheng és Chan 2004)

Hipotézis: Az alábbi dimenziókban, a férfiak a nőkhöz viszonyítva magasabb értékeket érnek el: d) észlelt támogatottság, e) társas identitás, f) altruizmus, g) virtuális jelenlét, h) mélység kontroll, i) őszinteség.

A feltételezés nagyobb részt nem igazolódott be. A nők az a) valós használat, c) hasznosság, d) észlelt támogatottság, f) altruizmus, i) őszinteség dimenzióban is „pozitívabb” eredményeket mutatnak. Az egyetlen dimenzió, amelyben a férfiak válaszai magasabb skálaértéket foglalnak el a h) mélységkontroll. Ezt igen nehezen magyarázható eredmény. Érdekes finoman fogalmazni: a tételekre bontott eredmények azt jelzik, hogy a férfiak kevésbé zárkoznak el az én feltárulkozástól online terepen a nőkhöz képest. A skálaértékek alacsony mértéke arra figyelmeztet, hogy ez inkább egy tendencia, mint egy valós különbség. Ugyanakkor, ha kis mértékben is, de alátámasztja azt a feltételezést, miszerint a virtuális tér férfiak számára biztonságosabb közeg lehet a segítségkérés és problémák felvállalásának tekintetében.

Hipotézis: A c) hasznosság dimenziójával férfiak esetében erősebb együtt járás mutatkozik a következő dimenziókkal: d) észlelt támogatottság, e) társas identitás, f) altruizmus, g) virtuális jelenlét, h) mélység kontroll, i) őszinteség.

A hasznosság dimenziójával két faktor mutat jelentősen erősebb együtt járást a d) észlelt támogatottság és az f) altruizmus. Ez azt jelenti, hogy ebben a térben a férfiaknak igen fontos a társas támogatás és egymás segítése, valamint a közösségi lét pozitív hatásainak kihasználása. Talán ebben az online környezetben valóban könnyebben kérnek és nyújtanak támaszt társaiknak, és vállalják fel nehézségeiket. Ez fontos motiváló tényező lehet a közösségi oldalakon való jelenlétben, aktivitásban.

Ez utóbbi eredményt jól alátámasztja egy korábbi vizsgálat: Bodnár (2011) a magyar egyetemisták Facebookkal kapcsolatos szociális reprezentációinak feltárását tűzte ki célul. A vizsgálati személyek egy rövid kérdőívben öt asszociációt adtak a Facebook fogalmával kapcsolatban, majd az eredményeket Abric (1993) által leírt módszertan alapján elemezte a szerző, mely lehetőséget nyújt a szociális reprezentációk tartalmi és strukturális feltárására. A férfiak asszociációi arra utalnak, hogy a számukra jóval fontosabb tényező a „közösség” a Facebookkal kapcsolatban, mint az „ismerősök” vagy a „kapcsolat”, mely arra utal, hogy a férfiak a „barátokon” túl elsősorban tágabb szociális térként értelmezik a Facebookot. A *Facebookos funkciók* közül a „megosztás” és az „üzenőfal” preferenciája rajzolódik ki, melyeket szintén a közösségi léttel lehet összefüggésbe hozni. A nők reprezentációját a „like” dominálja. Ezen felül a nők számára fontosabb a „kapcsolattartás”, valamint a „szórakozás”, ami arra utal, hogy nők inkább egyfajta személyes kapcsolattartásra alkalmas felületként tekintenek a Facebookra (Bodnár, 2011).

A két vizsgálat eredménye jól beilleszthető egy közös értelmezési keretbe, miszerint a férfiak számára az online közösségi oldalak többet jelentenek, mint egy eszköz a kapcsolattartásra. A virtuális felületeken teret kapnak azok a társas identitást erősítő és szociális megerősítést kereső igényeik, melyek a személyes kapcsolatokban a nemi szerepelvárások miatt csak korlátozottan jelennek meg.

## **Konklúzió**

A kutatási eredmény arra enged következtetni, hogy a férfiak a virtuális térben erőteljesebben mernek segítséget kérni, mint a mindennapi életben, használva annak társas támogató erejét. Az interneten történő kommunikáció specifikumai (anonimitás, aszinkronicitás, dizinhibíció stb) lehetővé teszi azt számukra, hogy ne kelljen

felvállalniuk a férfi nemi szerephez tartózó sztereotip elvárásokat, amelyeket a mi kultúránk az élő hétköznapi segítségkérés alkalmával támaszt velük szemben. Tehát elmondható, hogy a számítógép nem csupán munkaeszköz, illetve a játék közvetítője, hanem a férfiak számára egy adekvátabb csatorna az önfeltárára és önmegjelenítésre.

Ezen eredmények ismeretében a különböző egészségpszichológiai, életvezetési, mentálhigiénés segítséget kínáló weboldalak tudatosabban szerkeszthetik és ajánlhatják szolgáltatásaikat a férfiak számára. Ez a lehetőség könnyedén képezhet egyfajta alacsonyküszöbű első lépést a személyes segítségkérés felé. Az egyszerű információs tanácsadástól az online konzultációig az internet világa komoly preventív potenciált képvisel mind az egészségügyi, mind a mentálhigiénés problémák felderítésében, és terápiájában.

### Irodalomjegyzék

Addis M.E, Mahalik J.R. (2003) Men, Masculinity, and the Contexts of Help Seeking. *American Psychologist*, 58, 1, 5-14.

Ajzen, I., Fishbein, M. (1975) *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley, Boston.

Abrie, J. C. (1993) Central system, peripheral system: their functions and roles in the dynamics of social representations. *Papers of social representations*, 2, 2, 75-78.

Bodnár A. (2011) Magyar egyetemisták Facebookról alkotott szociális reprezentációi c. műhelymunka. *SZTE\_BTK Pszichológia Intézet*.

Cheng, S.-T., Chan, A.C.M. (2004) The multidimensional scale of perceived social support: dimensionality and age and gender differences in adolescents. *Personality and Individual Differences*, 37, 1359-1369.

Courtenay, W.H. (2000) Constructions of masculinity and their influence on men's well-being. A theory of gender and health. *Social Science and Medicine*, 50, 1385-1401.

Franzen, E. (2000) Does the Internet make us lonely? *European Sociological Review*, 16 4, 427-438.



Good, G.E., Robertson, J.M., O'Neil, J.M., Fitzgerald, L. F., Stevens, M., DeBord, K. (1995) Male gender role conflict: Psychometric issues and relations to psychological distress. *Journal of Counseling Psychology*, 42, 3-10.

Hui-Jung, C. (2009) Online Social Support: Which Posts Were Answered? *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 8,1, 31-46.

Lai-Yee, M., Leung L. (2006): Unwillingness-to-communicate, perceptions of the Internet and self-disclosure in ICQ. *Telematics and Informatics*, 23, 22-37.

Nalder, A. (1990) Help-seeking behavior as a coping resource. In Rosenbaum, M. (ed) *Learned resourcefulness: On coping skills, self control, and adaptive behavior*. 127-162. Springer, New York.

Ohbyoung K., Yixing W. (2010) An empirical study of the factors affecting social network service use. *Computers in Human Behavior*, 26, 254-263.

Pennebaker, J.W. (2005) Rejtett érzelmeink, valódi önmagunk. Háttér Kiadó, Budapest.

Real, T.(1997) *I don't want to talk about it: Overcoming the legacy of male depression*. Fireside perspective, New York.

Robbins, C. (1989) Sex differences in psychosocial consequences of alcohol and drug abuse. *Journal of Health and Social Behavior*, 30, 117-130.

Shaw, L.H., Gant, L.M. (2002) In defense of the internet: The relationship between internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *CyberPsychology and Behavior*, 15, 2, 227-234.

Suler, J. (2000) *The Psychology of cyberspace*. Department of Psychology Rider University, <http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html> (letöltve: 2012-03-27).

Vessey, J.T., Howard, K.I., (1993) Who seek psychotherapy? *Psychotherapy*, 30, 546-553.

Weiser, E.B.; (2001) The Functions of Internet Use and Their Social and Psychological Consequences. *CyberPsychology and Behavior*, 4, 6, 723-744.

Wills, T.A. (1992) The helping process in the context of personal relationships. In Spacapan, S., Oskamp, S. (ed) *Helping and being helped: naturalistic*. 17-48 Sage, Newbury Park.

Zeldow, P.B., Greenberg, R.P. (1979) Attitudes toward women and orientation to seeking professional psychological help. *Journal of Clinical Psychology*, 35, 473-479.

**Szenes Márta - Sebő Tamás**

## **Valódi segítség a virtuális térben**

Az „*elvezetesonline.hu*” szolgáltatásainak kezdeti tapasztalatai  
a Szegedi Tudományegyetemen

Az SZTE-n már közel 20 éve elérhetőek a különféle mentálhigiénés egyéni és csoportos tanácsadásformák, illetve 2002 óta az Egyetemi Életvezetési Tanácsadó Központ keretében komplex szolgáltatások kerültek bevezetésre.

Tevékenységeinkkel azt szeretnénk szolgálni, hogy a felsőoktatásban eltöltött évek a szakmai tudás megszerzése mellett a hallgatók személyes életében a sikerességet, eredményességet, pozitív személyiségfejlődést is jelentsék. Szeretnénk, ha a hallgatók életvezetésükben tudatos, autonóm, társaik felé nyitott, segítőkész, valamint kreatív, művészetek iránt érdeklődő, a közösségekben szívesen alkotó egyetemi polgárokként élhetnék meg diák éveiket. A magas színvonalú teljesítmény, az egészséges testi és mentális életminőség lehetőséget kínál egy eredményes életúttervezésre és megvalósításra. Az előzőekben megfogalmazott célt egyéni tanácsadás, speciális tréningek, valamint közösségi mentálhigiénés programok biztosításával kívánjuk megvalósítani, melyek a hallgatók számára térítésmentesek.

Ezen segítségnyújtási formák tárházát bővíti az alábbiakban bemutatásra kerülő új szolgáltatásformánk, az *online tanácsadás*.

Az online tanácsadás levelezésen keresztül történő formájának várható hatékonyságát számtalan pszichológiai irodalom alátámasztja, ugyanis az írás gyógyító erejéről számos nagynevű pszichológusunk már sokkal korábban meggyőződött bennünket, s azt is tudjuk, hogy eredményesen használták azt terápiás tevékenységük során. Így például naplóiírás, álmok lejegyzése, terápiás levél stb. (Freud, 1985; Freud, 1986; Jung, 1996, Jung, 2006). Egy jól ismert kortárs pszichológus James W. Pennebaker (2005) szintén nagy jelentőséget tulajdonít az írásnak, s a *Rejtett érzelmeink, valódi önmagunk* című írásában így fogalmaz:

„Bámulatba ejtő, hogy a legbensőbb gondolatainkról és érzéseinkről való írás vagy beszéd milyen mély fizikai és lelki hatásokat képes tenni. Mindannyiszor, amikor felzaklató élményekről írtam, a végén sokkal jobban megértettem az eseményekhez kapcsolódó érzelmeimet is. Korábban kezelhetetlennek tűnő problémáim

papírra vetve hirtelen alakot öltöttek és szinte maguktól kínálták a megoldást. S ha már egyszer megoldottam egy-egy problémát, többé már nem gondolkodtam rajta.”(119.o.)

A következőkben az online tanácsadás jellegzetességeiről szólunk, majd saját új szolgáltatásunk tapasztalatairól számolunk be.

### **Az online kommunikáció előnyeiről általánosságban**

Az online tanácsadási keretek különösen vonzóak a serdülők és fiatalok számára, mert gyorsak, olcsók, vagy akár ingyenesek, könnyen használhatóak és folyamatosan elérhetőek. Ezen túl az internet rengeteg pozitív képzettársításnak kínál teret. A fiatalok gyakran érzik úgy, hogy valakivel meg kell osztaniuk a kisebb nagyobb problémáikat, amikor azok már meglehetősen nyomasztják őket. Általában nem kapnak azonnali választ, de az, hogy leírják, elmesélik valakinek gondjaikat, azonnali megkönnyebbülést hozhat számukra.

Az internetes tanácsadás egy *tipikusan alacsony küszöbű szolgáltatás*, hiszen segítségével a kliens számtalan segítő rendszert elérhet anélkül, hogy elkötelezné magát, illetve igen kevés erőfeszítést kell tennie a kapcsolat létrejötte érdekében. Valójában ahhoz, hogy ezeknek a szervezeteknek a segítségét igénybe vegye, nem kell pénzt befizetnie, és előzetes időpontokat egyeztetnie. Ahhoz, hogy segítséget kérjen, nem kell lemondania éppen aktuális szenvedélyéről, nem kell felfüggesztenie egy önromboló magatartást, vagyis nem kell, hogy megfeleljen a szociális kíváncsiságnak.

### **Az írott kommunikáció ereje**

Ha a segítségkérő megfogalmazza kérdését vagy problémát, máris világosabban láthatja a helyzetet, és megkönnyebbül. Az írás segít abban, hogy kívülről lásson rá a kliens saját történetére. Ez a rálátás, kognitív rendezés az újraolvasással fokozottabb lehet, mint a személyes tanácsadás esetén, ahol az egyszer elhangzott szavak illelőkényebbek.

Az időben eltöltött kommunikáció a tanácsadónak is kedvez, mivel a tanácsadás folyamata lelassul, a tanácsadónak azon túl, hogy elegendő ideje van válaszolni, arra is mód nyílik, hogy utánanézzon a nehezebb témáknak, vagy konzultációt kérjen más szakemberektől. A tanácsadás teljes folyamata dokumentált, így a segítő bármikor

visszaútolhat vagy támaszkodhat a leírtakra, illetve ugyanígy a visszatekintés lehetőségével élhet a segítségkérő is

### **Az anonimitás hatása**

A téma áttekintésében Jones G. Stokes (2008) munkája volt segítségünkre. Az online segítségnyújtás egyik leglényegesebb sajátossága a személyes tanácsadással szemben az anonimitás, melynek számos pozitív és számos negatív vonását is kiemelhetjük.

A *pozitív hatások* közül hangsúlyozhatjuk, hogy ezen az úton kevésbé gátolt a kommunikáció, hajlamosabb a levélíró személyes információkat megosztani, továbbá kevésbé tetszetős tulajdonságait elrejtteni. Egy önmagában bizonytalan, vagy introvertált, esetleg szorongó ember, akinek kevés tapasztalata van a társas kapcsolatok kialakításáról, előnyt élvezhet azért, is, mert az online levelezésben hiányzik a kapcsolatteremtés kezdeti szakasza. Az a narratíva, amelyet önmagáról formál a levélíró, szabadabban „szerkeszthető”, mint az élő kapcsolat során. A potenciális segítségkérő a saját belátása szerint, a neki megfelelő mélységben és részletességben mutathatja be önmagát. Megteheti például, hogy csak egy bizonyos problémájára, hiányosságára fókuszál, és nem szembesül egyszerre az összes nehézségével. Az anonimitás miatt kisebb a kapcsolati függőség hatása, amely nagyobb autonómia érzést biztosíthat a segítségkérőnek, szemben személyes segítségkérés során azonnal megjelenő autoritás mintázattal. Könnyen belátható, hogy az anonimitás feltétele mellett kisebb a stigmatizáció veszélye.

Természetesen az előbb említett pozitívumok mellett olyan *negatív hatásokkal* is kell számolnunk, mint személytelen kommunikáció, illetve hamis self kiépülésének szándéktalan, vagy szándékos lehetősége. Könnyen belátható, hogy éppen ezeknek az embereknek szükségük lenne több támogatásra, így skill-ek tanulására a kapcsolatok kialakítása érdekében, továbbá érzelmek visszajelzésének tanulására, távolság szabályozás és gesztusok manifesztációjára, amiket a *face to face* kommunikációban könnyebben megkaphatnának. Nem ritka következménye az anonimitásnak a trágár beszéd, szélsőséges emocionális kitörések, gátlástalan kitérőmozgás is, amely kevésbé fordul elő a személyes tanácsadás során.

## Dizinhibíciós effektus

A fizikai közelség hiánya is hozzájárul annak a jelenségnek az előfordulásához, amit a kutatók dizinhibíciós hatásnak neveznek. A fizikai távolság és az anonimitás (részleges vagy teljes) együttesen könnyen olyan helyzetet teremti, amelyben az emberek úgy érzik, nem kell vállalniuk a felelősséget a megnyilatkozásaikért, így olyan módon kommunikálnak vagy viselkednek, ahogy azt a mindennapi életben nem szokták. A dizinhibíciós hatás kétarcú jelenség: létezik jótékony és mérgező formája is (Suler, 2004). A dizinhibíciós hatás kedvező oldala, hogy a személyes kapcsolatok gyorsabban mélyülnek el, könnyebben megnyílnak az emberek, beszámolnak érzéseikről, titkos vágyaikról, félelmeikről. (Wysocki, 1998, idézi Lai-Yee és Leung, 2006)

## Az aszinkronicitás jelensége

Az online tanácsadás levelezésen keresztüli formájának másik jellegzetessége a személyessel összevetve az a tény, hogy nem azonos térben és időben zajlik. Ezt a jelenséget aszinkronicitásnak nevezzük. A gyengébb szociális kompetenciákkal rendelkezőknek lehetőségük nyílik arra, hogy az aszinkronicitást reflexióra, tervezésre használhatják, aminek eredményeként képessé válhatnak arra, hogy sokkal effektívebben mutassák be magukat. Például a depresszióval, pánik tünetekkel küzdő embereket sokszor eltántorítja a szociális kontaktusoktól, hogy gondolkodásuk kissé meglassult, érzelmi reakcióik, tompábbak és lassabbak az átlagéhez képest. Az internetet használva nagyobb sikerélményt érhetnek el a kommunikációban, kapcsolattartásban.

## Projekciós folyamatok felerősödése

Mindenképp fel kell, hogy hívjuk a figyelmet arra jelenségre, amely csak részben az előzőekben említett aszinkronicitás következménye. Jelesül, miután az online tanácsadás egy korlátozott kommunikációs térben zajlik, ahol a személyessel összehasonlítva hiányzik a vizualitás, illetve az auditív információ, vagyis szinte minden nonverbális és metakommunikatív információ, így különösen nagy esélye van a *projekciónak* és a *félreértésnek*. Természetesen ez a pszichodinamika mindkét irányba működik a segítő és a segített

vonatkozásában is. A projekció jelensége nem kiküszöbölhető, hiszen az számtalan hétköznapi helyzetben is jelen van, amikor nem élő kommunikációs térben vagyunk, például regényt olvasunk, vagy valakinek egy korábbi naplórészletét tanulmányozzuk. Ilyenkor automatikusan a meglévő információk alapján felöltöztetjük a személyt, a hiányzó információk réseit pedig saját személyiségünkéből merítve kitöltjük. Ezzel a torzító tényezővel folyamatosan tisztában kell lennie az adott segítő szakembernek, következésképpen különféle önellenőrző eszközöket kell beiktatni a kapcsolat építésének folyamatába. Sűrűbben kell tisztázni a segítséget kérő emberrel mit és hogyan értett, miként használ egy szót, egy kifejezést, vagy egy hasonlatot.

## A szinkron és aszinkron kommunikáció előnyei és hátrányai

Bognár Klára egyik tanulmányában sorra veszi a szinkron és aszinkron kommunikáció előnyeit és hátrányait (Bognár, 2006). A soron következő jellegzetességek felsorolása a fenti munka alapján készült, s mind a szinkron mind az aszinkron mód online térre vonatkozik.

*1. táblázat. A szinkron kommunikáció előnyei és hátrányai*

A szinkron kommunikáció előnyei	A szinkron kommunikáció hátrányai
Előre meghatározott, tehát tervezhető és jól körülhatárolt időintervallumban zajlik.	Nehézséget okozhat az időpont egyeztetés, főleg, ha a szakember és a kliens nem azonos időzónában tartózkodik.
A meghatározott időpontban történő megjelenés az elköteleződés jele.	Kevesebb gondolkodási idő áll a felek rendelkezésére (bár ez hasonló, mint a személyes találkozás esetében, így nem egyértelmű, hogy hátránynak tekinthető-e).
Az egyidejű kommunikáció az együttes jelenlét érzését erősíti.	A kliensben az a benyomás alakulhat ki, hogy a terápiás munka kizárólag a megbeszélte találkozásokhoz köthető, nem a mindennapok része.
A késés a megbeszélte online találkozóóról vagy az írásban beálló szünetek fontos, pszichológiailag értelmezhető tényezők.	A kommunikáló feleket körülvevő térben és akár időben eltérő környezet mindkettejüket befolyásolhatja torzító, zavaró hatása kétszeresen érvényesülhet.
A félreértések, többértelműségek azonnal tisztázhatók.	Csoportos beszélgetésnél — akár szakemberrel vagy anélkül történik — az egymást követő hozzászólások követése nagy koncentrációt és gyakorlatot kíván.
	A kommunikációs csatornák működését állandóan ellenőrizni kell.



2. táblázat. Az aszinkron kommunikáció előnyei és hátrányai

Az aszinkron kommunikáció előnyei	Az aszinkron kommunikáció hátrányai
Nincsenek időpont-egyeztetési nehézségek. A résztvevők a számukra alkalmas időpontban olvashatják el a másik üzenetét és reagálhatnak rá.	A hagyományos határok, amelyeket az előre megbeszélt találkozási időpont és időkeret adnak, eltűnnek. Új kereteket kell szabni, hiszen nincsenek szokásos szabályok pl. arról, hogy milyen sűrű e-mail-váltás történjék
Egy-egy üzenet akár többször is elolvasható, mélyebben feldolgozható. Lehetőség van az előzmények átnézésére, átgondolására is.	Kisebb a "jelenlét" érzése, hiszen nem egy időben tartózkodnak az interakció résztvevői még a "virtuális térben" sem.
Több idő van a válaszok átgondolására. A kliensek esetében ez erősítheti a megfigyelő én szerepét, fontos lehet impulzivitással összefüggő problémák esetén.	Kisebb mértékű lehet az elköteleződés.
A terapeuta számára lehetővé teszi, hogy a válaszokat gondosan megtervezze, és időt hagy a viszontlátételes reakció jobb kezelésére.	Késések és szünetek nem értelmezhetőek, bár az üzenetek hossza és gyakorisága jelzésértékű ebben az esetben.
Csoportos kommunikáció esetén van idő a különböző emberek által írt üzenetek alapos elolvasására, az üzenetek maguk nem keverednek, mint a chat szobákban történő szinkron kommunikáció esetén.	

Összességében elmondható, hogy a szinkron online kommunikáció jóval kevésbé mutat eltéréseket a személyes kommunikációtól, hiszen ebben az esetben az egyidejűség fennmarad. Ekkor a megváltozott kommunikációs modalitások hatásait kell figyelembe venni. Az aszinkron módozat napjaink segítő kapcsolataiban kevésbé szokásos, bár ismerjük a múltból a hagyományos levelezéseket, ahol nagyon intim, személyes és mély kapcsolatok épültek.

Ide kapcsolhatjuk azt a megállapítást, hogy jellemzően, milyen szituációkban előnyös az online tanácsadás alkalmazása (Ormay, 2000). Ormay a következő feltételek esetén javasolja az internetes online típusú tanácsadást:

- a) A földrajzi távolság nagy a szakember és segítségkérő között;
- b) Szomatikus betegség, esetleg a stigmatizálódás veszélye esetén;
- c) Hosszabb utazások alkalmával, amikor a terápiás kapcsolatot érdemes fenntartani, illetve hatásosan lehet helyettesíteni a személyes

kontaktust; d) Időhiány esetén. Ez nagyon prózai érvnek tűnik, de a felgyorsult információs társadalomban komoly értéket képvisel a hatékony időgazdálkodás.

## **Társas kapcsolatok az interneten**

A következőkben néhány alapvető modell segítségével át szeretnénk tekinteni, hogy miként hathat az online kommunikáció a valós szociális készségekre, kompetenciákra illetve egyáltalán a személyiségre. A modelleket Buote, Wood és Pratt (2009) tanulmánya alapján ismertetjük.

### *1. Helyettesítő modell:*

A modell szerint az élő, valós (*offline*) kapcsolatoknak helyettesítői az online kapcsolatok. Az elgondolás szerint az online interperszonális kapcsolatok gyengébbek, mert a felek általában kevesebb elköteleződést mutatnak egymás iránt, így könnyebben is szakadhatnak meg. Előnyük viszont, hogy fenntartásuk jóval kisebb „energia befektetést” igényel, mint a valós kapcsolatok ápolása. A túlzott online kapcsolatok felhalmozódása, és a valódi kapcsolatok elhanyagolása azonban növeli a depresszió és magány kialakulásának valószínűségét.

### *2. Gyarapító modell*

A modell szerint az internet használat a szociális kapcsolatokat erősíti és a szociális háló méretét növeli. Miközben egyúttal fejleszti a szociális készségeket, megteremti a „virtuális” terét számtalan olyan interakciónak, melyek egyébként nem vagy jóval nehezebben mentek volna végbe.

### *3. Gazdagot gazdagító modell*

Az extrovertáltaknak jobban kedvez az internet használat hiszen, az ő szociális képességeik egyébként is fejlettebbek, ebből fakadóan ebben a közegben is bátrabban vannak jelen. Több kapcsolatot építenek ki, ami erősíti a pszichés jóllétet, az önbecsülést, emellett csökkenti a magány és a negatív érzések megjelenését.

### *4 Szociális kompenzációs modell*

Az internet használata a szociális szorongásra hajlamos, elszigetelt felhasználóknak segítséget jelenthet kapcsolatok fenntartásában és

újak kialakításában. Ennek oka a számítógépes kommunikáció (Computer Mediated Communication = CMC) eltérő sajátossága az élő kommunikációtól. A CMC elősegíti az anonimitást lehetőségét, így a szégyenlősek kevésbé érzik magukat félénknek, biztonságos közegben tapasztalhatják meg, alakíthatják ki, és gyakorolhatják be a társas kapcsolati kompetenciájukat. Számos vizsgálat kimutatta, hogy a megbélyegzett identitás (*stigmatizáció*) szociális szorongás és a magány motiválják az online interakciókat. Csökkenti a félénk emberek depresszív érzéseit azáltal, hogy új ismeretségeket tudtak kialakítani, és gazdagíthatják szegényes kapcsolati rendszerüket.

Általánosságban elmondható, hogy a gazdag kapcsolati hálóval rendelkező emberek a meglévő kapcsolataik erősítésére, mélyítésére használják az online kommunikációt, ezzel is tovább erősítve a csoport, az összetartozás élményét. Azok a kamaszok azonban, akikre a mindennapi életben jellemzőbb a szociális szorongás és a magány, inkább idegenekkel próbáltak meg kapcsolatot kialakítani (Buote, Wood és Pratt 2009).

*Családtagokkal* való kapcsolat alakulásában a *helyettesítő modell* hatása érvényesül, míg a *barátokhoz* fűződő viszonyban részben a *kompensációs*, részben a *gyarapító* modell hatása jelentkezik (Buote, Wood és Pratt, 2009)

## A magány érzése és az internet kapcsolata

Rá kell világítanunk még egy olyan életvezetési problémára, amellyel kapcsolatban különösen fontos változást eredményezhet a jól használt online tanácsadás, s ez a magány érzése. Munkatapasztalatunk és kutatási eredmények alapján is egyértelmű, hogy az egyetemisták egy jelentős része a tanulmányi időszak alatt jól – rosszul megküzd a magány érzésével. A szakemberek gyakran ezt a jelenséget *társas magánynak* nevezik, hiszen miközben több száz vagy ezer kortárs vesz körül egy diákot, képtelen a valódi, intim személyes kapcsolatteremtésre, többek között az oktatás tömeges, személytelen jellege miatt. A jelenség különösen szembeötlővé vált a kreditrendszer bevezetésével, amikor a tanulócsoportok megszűntek, és a diákok maguk állították össze órarendjüket, következésképp minden kurzuson más - más hallgatótárssal találkozhattak, elveszítve egy állandó csoport potenciális védőhálóját.

A magányosság a szociális készségek sérülését eredményezi, emellett a sérült szociális készségek a valódi kapcsolatok hanyagolását okozhatja. Mindez az online interakciók előnyben részesítését eredményezi, aminek következtében megnőhet az internethasználat valószínűsége. Nagyon fontos, hogy ez a használat ne a destruktív, hanem konstruktív használat felé mozduljon el, pl. ne eredményezze a tanulmányi feladatok elhanyagolását vagy a meglévő korlátozott számú élő kapcsolatok elvesztését (Kim, LaRose és Peng, 2005).

Érdemes néhány kutatási eredményt figyelembe venni a probléma kapcsán, ahol a vizsgálatok azt mutatják, hogy ha valaki a valós élethelyzetben a magány problémájával elkerülő, passzív módon küzd meg, mint például a tv nézése vagy az evés, az internetet is inkább szórakozásra használja – ami szintén egy elkerülő magatartásforma, a biztonságkeresés destruktív formája. Az, aki viszont a „valós” világban is problémafókuszú, aktív coping stratégiákat alkalmaz, az internetet inkább információkeresésre használja, illetve nagy valószínűséggel olyan oldalakat keres, ahol társas segítséget kaphat (Seepersad, 2009).

Megállapítható tehát, hogy az internet a magányos emberek számára menekülés lehet, csökkentheti a stresszt és csillapíthatja a negatív érzéseket, amik a magányból erednek. Továbbá az internet egy ideális környezet azoknak a készségeknek a kipróbálásában, kiépítésében, fejlesztésében, begyakorlásában, amely a társas kapcsolatok kialakításához szükségesek, úgyis fogalmazhatunk, hogy optimális esetben hídként szolgál az élő kapcsolatok kialakításához. (Morahan-Martin és Schumacherb, 2003)

### **Online tanácsadás a Szegedi Tudományegyetemen**

Mindennapi tapasztalataink során úgy látjuk, hogy a mostani egyetemista generáció egy részének könnyebb írásban megnyilvánulnia. Ez köszönhető az internetes kommunikáció markáns elterjedésének, de az egyetemeken és főiskolákon zajló tömeges írásbeli vizsgáztatásnak is. Akinek fontos a személyes kontaktus, az természetesen igénybe veheti élő, személyes tanácsadásunkat. Továbbá vannak olyan helyzetek az online levelezés során, amikor kifejezetten szorgalmazzuk is egy személyes találkozó létrejöttét, s a probléma profiljának megfelelő speciális szakembert javasolunk.

Valójában az online tanácsadási programot 2010 novemberében indítottuk el, amelyre a TAMOP-4.1.1 számú pályázati program teremtett lehetőséget. Ennek keretében az aktív jogviszonnyal rendelkező hallgatók ingyen fordulhatnak életvezetési tanácsokért szakértőinkhez e-mailen keresztül. Az új típusú tanácsadásra egy külön stáb készült fel, amelynek tagjai segítő foglalkozású szakemberek. Egy 3 hónapos képzés keretében olyan szakember irányításával zajlott a felkészülés, aki maga is több évig végzett internetes tanácsadást. A csoportos felkészítés tematikájába beletartoztak az online tanácsadás pszichológiai vonatkozásain túl, speciális szerződéskötési, etikai, személyes adatvédelemre vonatkozó kérdések is. A képzés próbalevelezések sorozatával zárult, ahol a résztvevőknek módjuk volt szakmai visszajelzést kapni munkájukról.

Az online tanácsadói munkánk kezdete óta nagyon fontosnak véljük, hogy az ezen a területen dolgozó stáb egy egységes protokoll, illetve konszenzus alapján dolgozzon, amely a segítő szakember és a segítségért forduló diák számára is biztonságot tud teremteni.

Az online tanácsadói stáb a működés megkezdésekor megfogalmazta azokat a legfontosabb elveket, amiket a tanácsadóknak szem előtt kell tartani.. Természetesen munkájukat még számtalan szabály keretezi, amire itt nincs módunk kitérni. Az alábbi paragrafusok tehát az *SZTE online pszichológiai tanácsadás etikai kódexének és működési keretének részét képezik:*

1. Miután minden segítségkérés különböző és egyedi, tanácsadóink nem használnak egységes formulákat, hanem igyekeznek a személyre szabott választ fogalmazni. Minden hallgató, aki levelet ír nekünk megérdemli a neki szóló odafigyelést, s ez természetesen megfelelő időt igényel.

2. Tanácsadóink válaszaik során igyekeznek világos, jól érthető nyelvezetet használni, amelyben nem tengnek túl a tudományos szakkifejezések, illetve nem követik a segítségkérő esetlegesen használt szlengjét sem. Fontos, hogy stílusuk komoly, de mindenképp közvetlen legyen. A túl laza stílus könnyen vezethet félreértéshez, amely téves irányba terelheti a kapcsolatot.

3. Megállapodás az online tanácsadók között, hogy egy levél megérkezése után 24 órán belül nem válaszolnak. Ez alatt elolvassák, s többször átgondolják a levél tartalmát, s csak késleltetve, egy jól kiforrott benyomás, kontúrozottság után fogalmazzák meg válaszuikat. Ez alól természetesen kivételek azok a levelek, melyek krízis

állapotáról tudósítanak, ekkor azonnal és hatékony segítséget kell kínálniuk.

4. Az online tanácsadó úgy segít a hallgatónak, hogy az maga találja meg a választ a saját maga által megfogalmazott problémára. Nagyon lényeges szempont az autonómia megtartása, s a személyes felelősségvállalás, hiszen a célcsoport fiataljai a felnőtté válás küszöbén vannak. Az én-hatékonyság támogatása szerves része Carl Rogers nondirektivitásra vonatkozó koncepciójának, amely jól összegzi online tanácsadó munkánk filozófiáját.

5. Az online tanácsadó munkában szem előtt tartjuk az esélyegyenlőséget és a diszkrimináció mentességet, pl. származás, szexuális identitás, speciális életvitel tekintetében. Ide kapcsolhatjuk az előítélet-mentesség elvét, amely annyit jelent, hogy egy esetleges destruktív magatartást a tanácsadó nem ítél el, de nem is támogat, ám azon van, hogy erre az eszközre egyre kevésbé legyen szüksége a segítséget kérőnek.

6. Tanácsadóink minden beérkező levélre válaszolnak függetlenül attól, hogy az valódi igényt elégít ki, vagy esetleg manipuláció, vagy hamis szándékkal íródott. Elképzelhető, hogy a levél írója teszteli a szakembert, ezért érdemes minden interakciós kezdeményezést komolyan venni.

7. Segítőink minden esetben figyelembe veszik saját kompetenciáikat. Abban az esetben, ha a hozzánk forduló hallgató problémája más szakember területe, (orvos, jogász stb.) tanácsadóink élnek a továbbküldés lehetőségével, illetve mindenképp felhívják a figyelmet az internetes tanácsadás korlátaira.

8. Az internetes pszichológiai tanácsadó munkánk fontos módszertani háttérét képezi Carl Rogers nondirektív terápiára vonatkozó elmélete. Ezek közül most az online tanácsadásban a különösen fontos empátiát hangsúlyoznánk. A válaszlevelekben a legárnyaltabb módon törekedni kell az empátia megfogalmazására, a kliens helyzetének megértésére, átérzésére, illetve az összefüggések meglatásának tükrözésére.

9. Munkatársaink tevékenységük során kiemelt kérdésként kezelik a titoktartást és a személyes adatvédelmet. Már a szolgáltatás indításakor úgy alakítottuk ki a rendszert, hogy ezeknek a feltételeknek mind technikai oldalról, mind pedig humán vonatkozásban megfeleljünk.



Eddigi tapasztalataink az online pszichológiai tanácsadás vonatkozásában

### *Tartalmi jellemzők*

Az eddig másfél éves internetes tanácsadásaink alapján levelek többsége partnerkapcsolati konfliktusokkal, szerelemmel, a családtól való elszakadással és a teljesítmény-szorongással kapcsolatos, de találkoztunk már igen komoly témákkal is, amelyeket esetleg személyesen kínos lenne vállalni. Ilyen volt többek között a szexuális erőszak, a gyász és a nemi identitáskeresés kérdései, bűnelkövetés, függőség megjelenése a narratívákban. Tapasztalatunk igazolja a szakirodalomban is számos helyen említett tendenciát, miszerint néhány kényes téma jobban megosztható a stigmatizálódás kisebb veszélye miatt, hiszen az anonimitásból adódóan kontrolálható a szociális távolságtartás. Gyakori, hogy már az első levél súlyos traumák sorát említi. Ennyire gyors és hirtelen mélyülő önfeltárás sokkal kevésbé jellemző a személyes segítségkérés helyzetére. A levélíró fesztelenebbül, nagyobb biztonsággal, intimebb stílusban képes fogalmazni, mint az élő tanácsadás keretében. Úgy véljük ilyen esetekben erős szükséglet a ventillálás, a tehermegosztás és csak másodszorban jelenik meg a feldolgozás igénye. Észre kellett vennünk, hogy olyan szakokon, ahol a szociális kíváncsiság nem engedi meg, hogy egy hallgatónak nyíltan problémája, gondja, emocionális válsága legyen, ott szívesebben osztják meg a hallgatók azokat online, anonim csatornán keresztül. Leveleik egyértelműen tükrözik, hogy a felvállalt személyes segítségkérés nem normatív körökben (pl. jogász vagy orvosanhallgató), így életvezetési problémáikat, lelki sérelmeiket csak ritkán vagy egyáltalán nem osztják meg másokkal.

A témákat illetően továbbá végzős hallgatók leveleiben sokszor teljesen indokoltan jelenik meg az általunk *kapunyitási pániknak* nevezett jelenség. Ilyenkor azon túl, hogy megfelelő információkkal látjuk el a hozzájuk fordulókat, egyéni és csoportos karriertervezési szolgáltatásainkra hívjuk fel a figyelmüket, ahol felkészült szakembereink várják őket.

### *A levelek stílusa, felépítése*

A következőkben megfogalmazott észrevételek inkább a levelek stílusára, építkezésére vonatkoznak. Azt tapasztaltuk, hogy a minket



felkereső hallgatók esetenként egy levélben egy egész életutat mesélnek el, beleágyazva igen nehéz életepizódokat, veszteségeket, sérelmeket, amelyekről eddig még senkinek nem mertek beszélni. Személyes tanácsadásainkban gyakran ugyanennyi tartalom több hónap alatt sem kerül elő. Ez a jelenség természetesen mértéktartásra inti a tanácsadót, s a feldolgozás csak lépésenként történhet.

Az imént megfogalmazott sajátossághoz érdemes kapcsolni az elbeszélések *disszociatív jellegét* is, ami azt jelenti, hogy az online levelek gyakran nem koherensek, hanem szerteágazó, olykor egymáshoz csak lazán kapcsolódó témákból, érzelemfelhőkből épülnek fel. Nem ritka, hogy a tanácsadó által megfogalmazott célzott kérdésekre nem, vagy csak részben jön válasz, amely jelenség kevésbé jellemző az élő tanácsadásra. Nagyon fontos, hogy a tanácsadó a legkülönbébb eszközökkel képes legyen inspirálni a segítségkérőt, hogy valamilyen fonálra fűzze fel a kínált élményhalmazt, hiszen többek között ebben rejlik a pszichológiai feldolgozás sikere.

### *A tanácsadók munkamódjáról*

Szeretnénk még szólni tanácsadóink speciális élményeiről a válaszadás szituációját, módszerét tekintve. Fontos, hogy a szakembereink egy jól szabályozott belső ritmussal rendelkezzenek a válaszlevelek megfogalmazását tekintve, hiszen a személyes tanácsadástól eltérően itt nincs a napban konstans idő kijelölve erre a feladatra. Azt is figyelembe kell venni, hogy a megválaszolás időpontjában kellően motiváltak, ráhangoltak legyenek az aktuális segítségkérő állapotára, s ne befolyásolják őt más, szubjektív környezeti események, ne legyen időbeli sürgetettség sem. Lényegesen gyakrabban kell használniuk a tükrözés eszköztárát, így az ismétlés, kiemelés, sűrítés, összegzés lehetőségét. Hatékonyak bizonyul az optimális számban feltett kérdés is, amely jó vezérfonál a levélírónak a következő gondolatok megfogalmazásához.

Nem hagyhatjuk figyelmen kívül az online pszichológiai tanácsadást feldúsító módszertani lehetőségeket, amikor a tanácsadó szakirodalmat, önbecslő skálákat, feladatokat, tematikus filmeket ajánl a levélírónak. Ezekkel a lehetőségekkel, amelyet gyakran pszichoedukáció néven foglalkunk össze, tanácsadóink igen hatékonyan bándnak.

Az online tanácsadó stáb munkáját, mint minden más pszichológiai munkát rendszeres szupervízió kíséri, amely különösen fontos egy

új szolgáltatástípus beindítása során. A szupervízió túl tanácsadóink naponta konzultációs kapcsolatban vannak, illetve hetente stábülést tartanak.

*Mire figyeljünk különösen az online pszichológiai szolgáltatás indításánál.*

- Az online szolgáltatás finanszírozása és marketingje
- Könnyű és zavartalan technikai elérhetőség
- A tanácsadók kiválasztása, felkészítése, szupervíziója
- A tanácsadás anonimitásának kérdése (titoktartás, személyes adatvédelem)
- A továbbküldés lehetőségei (mentálhigiénés szolgáltatók és partnerek)

*Az online tanácsadás további felhasználása*

Egyértelmű, hogy ezen új szolgáltatás bevezetése további sikerekkel járhatna más hazai egyetemeken is, illetve érdemes volna kiterjeszteni új speciális hallgatói célcsoportok felé.

Így például a hazánkba érkező ERASMUS hallgatók beilleszkedésének segítésére, ahol az anonim online tanácsadás előnyös, gyors, pontos informálásra alkalmas, segíti megtalálni az adekvát offline kapcsolatokat. Épp az összefoglalónkban kiemelt alacsony küszöbű sajátossága miatt olyan hallgatók is jól tudják használni, akik az adott kulturális miliőben kevésbé mozognak otthonosan.

Ugyanígy nagy haszonnal alkalmazható olyan hallgatók számára, akik külföldön folytatnak tanulmányokat. Például az ERASMUS hallgatók kiutazását előkészítő szakmai stáb, amely gyakran állhat kiváló oktatókból, tanulmányi osztály dolgozóiból, pszichológusokból, illetve korábban kint tanuló kortársakból, jól moderált online levelezéssel segítheti a hallgatók beilleszkedését és a sikeres tanulmányokat.

Az online felület kiválóan alkalmas az egyetemen belül *önsegítő* csoportok létrehívására megfelelő moderálással, amelyek később a virtuális létezésből kilépve, valódi támogató közösségekké válhatnak. Ilyen lehetne: különböző függőségekkel küzdő egyetemisták csoportja, de egy kreatív alkotó kőr is. Továbbá ilyen felületen jó kapcsolatteremtésre nyílik lehetőség az aktuálisan még az egyetemen tanuló, s volt alma mater tagok között, akik szintén tematikus

közösségeket hívhatnának életre megosztva egymással a felnőtt létben megélt sikereket, konfliktusokat, életvezetési stratégiákat. A megemlített lehetséges kezdeményezések ereje és hatékonysága a társas támogatásban rejlik, miként arra a tanulmányban rámutattunk.

## Összegzés

Tanulmányunkban igyekeztünk rámutatni az online pszichológiai tanácsadás főbb jellegzetességeire, illetve röviden jellemeztük a SZTE Életvezetési Tanácsadó Központjában 2010 novembere óta zajló online tanácsadás tapasztalatait, majd említést tettünk néhány újabb alkalmazásáról.

Átfogóan elmondható, hogy az online tanácsadásnak létjogosultsága van az SZTE Életvezetési Tanácsadó Központ szolgáltatásainak sorában úgy is, mint egy híd a személyes tanácsadás felé és úgy is, mint bizonyos speciális élmények, traumák, krízishelyzetek, lelkiállapotok megosztása, egyfajta feldolgozása, úgy is, mint információkérés hiteles forrásból. Nem elhanyagolható az a lehetőség sem, hogy egy személyes tanácsadás lezárása után mód nyílhat egy online formájú kapcsolattartásra, itt természetesen a helyzetből adódóan nem anonim a levelezésről beszélünk.

## Irodalomjegyzék

Bognár K. (2006) *A pszichológiai segítségnyújtás lehetőségei az interneten. Szakdolgozat.* Debreceni Egyetem Bölcsészettudomány Kar Pszichológiai Intézet.

Buote V. M., Wood E., Pratt M. (2009) Exploring similarities and differences between online and offline friendships: The role of attachment style. *Computers in Human Behavior*, 25, 560-567.

Freud, S (1985) *Álomfejtés.* Helikon Kiadó, Budapest.

Freud, S (1986) *Bevezetés a pszichoanalízisbe.* Gondolat Kiadó, Budapest.

Gill, J., Stokes, A. (2008) *Online Counseling: A Handbook for Practitioners.* Palgrave Macmillan, London.

Jung, C. G. (1996) *Álom és lelkiismeret.* Európa Könyvkiadó, Budapest.

Jung, C. G. (2006) *Emlékek, álmok gondolatok.* Európa Könyvkiadó, Budapest.

Lai-Yee M., Leung, L; (2006) Unwillingness-to-communicate, perceptions of the Internet and self-disclosure in ICQ. *Telematics and Informatics*, 23, 22-37.

Kim, J., LaRose, R., Peng, W. (2009) Loneliness as the Cause and the Effect of Problematic Internet Use: The Relationship between Internet Use and Psychological Well-Being. *CyberPsychology and Behavior*, 12, 4, 451-455.

Morahan- Martin, J., Schumacher, P. (2003) Loneliness and social uses of the Internet. *Computer in Human Behavior*, 19, 659-671.

Ormay T. (2000) Cyberterápia- *Pszichoterápia az Interneten*.  
<http://www.lelekbenotthon.hu/modules.php?name=News&file=print&sid=24>  
 (Letöltve: 2012-03-27).

Pennebaker, J.W. (2005) *Rejtett érzelmeink, valódi önmagunk*. Háttér Kiadó, Budapest.

Seepersad, S. (2009) Coping with Loneliness: Adolescent Online and Offline Behavior. *CyberPsychology and Behavior*, 7,1, 35-39.

Suler, J (2000) *The Psychology of cyberspace*. Department of Psychology, Rider University, <http://www.rider.edu/users/suler/psycyber/psycyber.html> (Letöltve: 2012-03-27)